

ВЕСТНИК

**государственного
университета
«Дубна»**

#3 2023

В номере:

**Социальные практики
цифрового общества**

Вопросы психологии

Проба пера



**Серия
«Науки
о человеке
и обществе»**

**Электронный
научный
журнал**

Редколлегия

Багдасарьян Н.Г., доктор философских наук, профессор, научный руководитель кафедры социологии и гуманитарных наук – главный редактор

Боклагов Е.Н., кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и гуманитарных наук – заместитель главного редактора

Кравченко А.Л., ассистент кафедры социологии и гуманитарных наук – редактор, ответственный секретарь

Члены Редколлегии:

Anna Stetsenko, PhD, Professor Ph.D. Programs in Psychology, The Graduate Center of The City University of New York

Братусь Б.С., доктор психологических наук, профессор, научный руководитель факультета психологии Российского православного университета кафедры

Венгер А.Л., доктор психологических наук, профессор кафедры психологии Государственного университета «Дубна»

Дулина Н.В., доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и социальных технологий Волгоградского государственного университета

Плебанек О.В., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социально-гуманитарных дисциплин Университета при Межпарламентской Ассамблее ЕвАзЭС

Ениколопов С.Н., кандидат психологических наук, доцент, руководитель отдела медицинской психологии ФГБНУ "Научного центра психического здоровья"

Истомина О.Б., доктор философских наук, зав. кафедрой социально-экономических дисциплин Иркутского государственного университета

Субочева О.Н., доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и культурологии МГТУ им. Н.Э. Баумана

Федотова В.Г., доктор философских наук, главный научный сотрудник, руководитель научного направления «Социальная философия и развитие гражданского общества в России», сектор социальной философии ИФ РАН

Хозиев В.Б., доктор психологических наук, профессор, зав. кафедрой клинической психологии Государственного университета «Дубна»

Шимон И.Я., доктор исторических наук, профессор кафедры социологии и гуманитарных наук Государственного университета «Дубна»

Юдина Т.Н., доктор социологических наук, профессор, зав. кафедрой социологии социальной сферы РГСУ

Выпускающие редакторы номера – **Н.Г. Багдасарьян**, доктор философских наук, профессор, научный руководитель кафедры социологии и гуманитарных наук Государственного университета «Дубна»

А.Л. Кравченко, ассистент кафедры социологии и гуманитарных наук Государственного университета «Дубна».

Содержание

Социальные практики цифрового общества

- Король М.П., Маньжова Е.С. SMM-продвижение некоммерческих организаций в социальных сетях: поиск новых возможностей* 3
- Гусейнов Р.Б. Социальное взаимодействие в контексте алгоритмизации цифровых платформ: критический анализ* 10
- Корешкова А.А. Цифровые технологии обучения в оптике студенческих мнений* 19
- Тонкошкурова А.В. Тренды применения социальных технологий в киберпространстве* 28
- Чжен А.О. Политический троллинг в социальных сетях как инструмент консолидации и разобщения* 38

Вопросы психологии

- Шавердян Г. М. Психопатология личности и проблема зла. Часть 2* 47

Проба пера

- Ишанов И.А. Спорт и Олимпийские игры как политические факторы дипломатии* 57
- Погосова М.А. Онлайн-сервисы в повседневных практиках пожилых людей в контексте цифровизации* 66

УДК 316

М.П. Король, Е.С. Маньжова

**SMM-продвижение некоммерческих организаций в социальных сетях:
поиск новых возможностей**

Аннотация:

В условиях ограниченных возможностей государства в реализации социальных проектов и удовлетворения нематериальных потребностей граждан, все более возрастает роль некоммерческих организаций (далее – НКО), деятельность которых сопряжена с решением социальных проблем и развитием гражданского общества. Однако в условиях цифровой социокультурной реальности НКО сталкиваются с барьерами, препятствующими их продвижению. В статье представлены результаты эмпирического исследования SMM-продвижения НКО в городе Кимры в социальной сети «ВКонтакте». На основании результатов проведенного исследования сконструирована модель SMM-продвижения НКО, с учетом их особенностей, которая может способствовать использованию современных методов цифрового пространства, таких как контент, таргетированная реклама, реклама лидеров мнений для повышения потенциала НКО в социальной сфере.

Ключевые слова: некоммерческие организации, организации третьего сектора, Social Media Marketing, социальные сети.

Об авторах: Король Марина Петровна, кандидат философских наук, Государственный университет «Дубна», доцент кафедры социологии и гуманитарных наук; эл. почта: marina.korol4@gmail.com

Маньжова Елизавета Сергеевна, Государственный университет «Дубна», магистр кафедры социологии и гуманитарных наук; эл. почта: liza.manzhova.1999@mail.ru

Смена характеристик социальной жизни современной России обусловлена беспрецедентно быстрым распространением и внедрением в социальную реальность цифровых технологий. Общество, находясь в состоянии непрерывного ускорения,

неустойчивости, хаотичности траекторий развития, открывает для себя проблемное поле социально-экономического развития, в котором находятся различные дисфункциональности, например, атомизация общества, расширение ареалов депрессивности и бедности, неравномерность развития регионов, низкий уровень институционального и общественного доверия. Эти процессы ставят перед российским обществом не только новые проблемы, но и обостряют прежние, требуя их практического разрешения.

Приходит понимание того, что для адаптации к изменяющейся социальной реальности необходимо провести целый комплекс взаимодополняющих мероприятий, среди которых создание прозрачных и стабильных правил осуществления социально-экономической деятельности, а также рост производительности, потока инноваций, снижение рисков, увеличение стимулов. Улучшение социально-экономического климата в стране – необходимое условие для развития и укрепления различных социальных институтов, среди которых особым образом выделяются НКО, которые «не просто партнер государства при решении социальных проблем, но и активный актор на рынке социальных услуг, способный зачастую более эффективно выполнять государственные задачи» [8, с. 79].

В научной литературе существуют различные концептуальные подходы к трактовке понятия «некоммерческая организация». Обратимся к некоторым из них. НКО может быть определена как «группа людей (граждан), добровольно объединившихся для достижения общих целей и общих интересов, действующих на принципах самоуправления, и не ставящих главной целью своей деятельности извлечение прибыли» [3, с. 11]. Другое определение раскрывает НКО как «инициативные, самостоятельные, самоуправляемые, обладающие определенной структурной устойчивостью группы людей, добровольно объединившихся для достижения общих целей и реализации общих интересов» [6, с. 10]. НКО рассматриваются как «субъект, под которым понимается производитель, создатель некоммерческого продукта, заинтересованный в его некоммерческой реализации, или субъект, не производящий, а лишь реализующий некоммерческий продукт» [1, с. 10].

Специфика НКО заключается в том, что в качестве основной цели своей деятельности они не ориентируются на извлечение прибыли и распределение полученных доходов между участниками. При этом НКО затрагивают различные сферы

общественной жизни: здравоохранение, образование, обороноспособность, религию, науку, искусство, политику. Все они ориентированы на то, «чтобы результаты их деятельности находили положительный отклик в обществе, т.е. социальная направленность становится достаточно весомым фактором в деятельности хозяйствующего субъекта. Только в этом случае они могут рассчитывать на финансирование из средств государственного бюджета, взносов учредителей, спонсорской помощи» [5, с. 128]. Это открывает перед НКО возможность создавать и реализовывать проекты и программы, направленные на решение острых социальных проблем. В этой связи они рассматриваются как средство реализации социальной политики.

Сегодня наблюдается проблема в области государственного финансирования НКО, связанная с дискретным характером грантовой политики, не основывающейся на системном анализе динамики изменения организаций «третьего» сектора: «это создает условия для лоббизма, возникновения мегагрантов, многократного финансирования практически одинаковых по содержанию проектов» [8, с. 87]. Кроме того, зависимость от государственных средств может «исказить миссию и видение данных организаций, снизить их предпринимательскую активность, заменив благотворительный сбор средств, и, таким образом, привести к их «захвату» государственными агентствами, которые предоставляют их гранты и контракты» [9, с. 2].

Население России мало информировано о деятельности НКО и реализуемых ими социальных проектах, ориентированных на широкий спектр различных видов деятельности – благотворительную, культурную, образовательную, научную и иную деятельность, связанную с удовлетворением духовных потребностей граждан, а также направленную на достижение общественных благ. Традиционные каналы информирования населения в обществе цифровых технологий выглядят архаикой. Вместе с тем цифровизация рождает новую культуру реальной виртуальности. Цифровые технологии инициируют сетевую логику изменений социальной системы, основанной на гибкости, усиливая погружение общества в сеть всемирной паутины. Однако цифровые форматы пока не имеют широкого распространения в деятельности НКО, тогда как «недостаток необходимых цифровых навыков и компетенций трудовых ресурсов некоммерческого сектора можно верифицировать как фактор ограниченности цифровой эволюции СО НКО» [4, с. 97].

Как правило, руководство НКО прекрасно понимает, что цифровые практики, а также социальные сети для коммуникации с аудиторией способствуют реализации как текущей деятельности, так и стратегического планирования, поэтому НКО следует расширять возможности применения цифровых технологий – как для внутреннего управления, повышения конкурентоспособности реализуемых продуктов, так и для поддержания и увеличения контактов с партнерами (органами государственной власти, другими НКО и коммерческими организациями) [2, с. 152].

Внедрение инновационных методов информации способно преодолевать барьеры в продвижении НКО на основе применения инструментов SMM-продвижения в социальных сетях. С этой целью изучаются тренды, используются новые форматы, методы и инструменты продвижения, НКО стремятся публиковать контент, который может заинтересовать пользователей. Однако, попытки SMM-продвижения многих организаций третьего сектора нельзя назвать успешными. Это особенно характерно для региональных организаций, поскольку НКО применяют базовую модель SMM-продвижения в социальных сетях, которая больше соответствует деятельности организаций, ориентированных на продажи товаров и услуг.

В этой связи возникает актуальность в конструировании иной модели SMM-продвижения НКО в социальных сетях с учетом их особенностей. Для реализации поставленной цели было проведено эмпирическое исследование (социологический опрос) на базе НКО города Кимры в социальной сети «ВКонтакте». Выборочную совокупность исследования составили респонденты – пользователи социальной сети «ВКонтакте», проживающие в Кимрах, выбранные методом снежного кома.

На вопрос «Как часто Вы видите в своей новостной ленте «ВКонтакте» посты и рекламные записи из групп НКО города Кимры?» только 5% респондентов ответили, что видят их часто. Рекламные записи, посты и другой контент, публикуемый НКО, не достигают потенциальной целевой аудитории, что свидетельствует о поверхностном изучении аудитории и неправильной настройке таргетинга (включая геотаргетинг). При этом только 23% респондентов рекламные посты НКО показались интересными. Это говорит о недостаточном исследовании целевой аудитории, а также о некорректной настройке таргетинга по интересам.

Опрос показал, что большинство респондентов ищут информацию об НКО на сторонних сайтах, которые потенциально могут содержать недостоверную информацию.

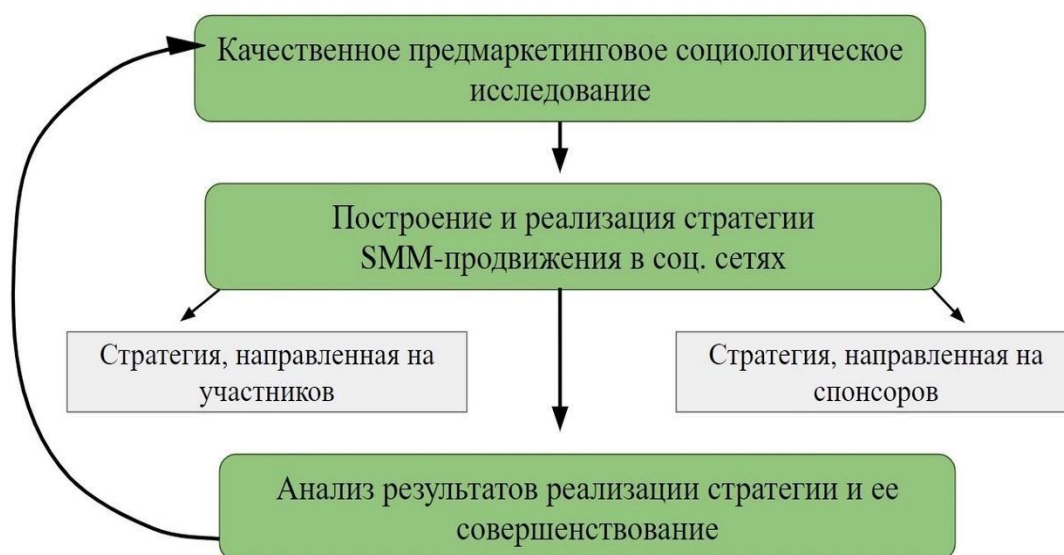
Публикации контента и использование разнообразных инструментов и форматов для подачи информации может оказать положительное влияние на эффективность продвижения НКО в социальных сетях.

В рамках исследования было проведено полуструктурированное интервью с экспертом по SMM-продвижению кимрского футбольного клуба в социальной сети «ВКонтакте». В процессе интервью был сформулирован ряд выводов:

- продвижение НКО в социальных сетях требует проведение более качественного и детального предмаркетингового исследования;
- модель продвижения НКО должна быть цикличной, поскольку ее целевая аудитория, в отличие от коммерческой, может меняться в зависимости от возникновения в обществе новых социальных проблем, для решения которых НКО создают и реализуют проекты;
- аудитория НКО делится на две группы – клиенты и спонсоры, требующие разного контента и подачи информации, поэтому необходимо разработать две стратегии SMM-продвижения.

На основе анализа полученных результатов была сконструирована модель эффективного SMM-продвижения НКО в социальных сетях.

Рисунок 1. Модель SMM-продвижения НКО в социальных сетях



Этап предмаркетингового исследования необходим для выявления проектов, которые следует чаще упоминать в публикациях; определения целевой аудитории и составления ее детального портрета для выстраивания релевантной таргетированной рекламы и выбора оптимального канала продвижения.

Этап построения и реализации стратегии SMM-продвижения покажет интересующий целевую аудиторию контент, частоту и формат публикаций. Следует помнить, что потенциальные клиенты и спонсоры представляют разные целевые аудитории, требующие разных стратегий продвижения. Вместе с тем контент для спонсоров имеет смысл публиковать реже, поскольку у аудитории может создаться впечатление «вымогательства денег».

Наконец, финальный этап анализа результатов стратегии и ее совершенствования поможет создать цикличную модель, подстраивающуюся под целевую аудиторию. Учет обозначенных особенностей может способствовать использованию современных методов цифрового пространства, поскольку «применяя digital-инструменты, НКО должны действовать в новых обстоятельствах, увеличивая эффективность своей работы, чтобы быть готовыми к переменам во внешней среде» [7, с. 144].

Библиографический список:

1. Андреев С. Н. Маркетинг некоммерческих субъектов: дис. ... докт. экон. наук. М.: МИНХ им. Г. В. Плеханова, 2015. 183 с.
2. Вишнева К. В. Цифровая трансформация некоммерческих организаций: проблемы и направления развития // Международный научно-исследовательский журнал. № 4 (106). 2021. С. 152-155.
3. Иванова О. А. Некоммерческие организации в современном Российском регионе: дис. ... канд. соц. наук. Барнаул: Алтайский государственный университет, 2017. 193 с.
4. Кулькова В. Ю. Цифровая эволюция социально ориентированных некоммерческих организаций в условиях COVID-19 // Общественные науки и современность. 2021. № 3. С. 88-100.
5. Москалев М. В. Эффективная маркетинговая деятельность некоммерческих организаций / М. В. Москалев, С. М. Москалев // Известия СПбГАУ. 2017. № 4. С. 127-133.

6. Нестеренко Н. С. Некоммерческие организации в трансформирующемся Российском обществе: социологический анализ : дис....канд. соц. наук. М.: Изд-во РГСУ, 2007. 178 с.
7. Рользинг А. В. Продвижение некоммерческих организаций с помощью инструментов digital-маркетинга / А. В. Рользинг, Е. В. Ковалева // Молодой ученый. 2021. № 51(393). С. 143-147.
8. Смирнов В. А. Эффективность грантовой поддержки российских социально ориентированных некоммерческих организаций (на примере Фонда президентских грантов) // Социологические исследования 2020. № 9. С. 79-89.
9. Klingner D. Non-Governmental Organizations. University of Colorado: Colorado Springs. 2021. 146 p.

Korol M. P., Manzhova E.S. SMM-promotion of non-profit organizations in social networks: search for new opportunities

In conditions of limited opportunities of the state in the implementation of social projects and satisfaction of non-material needs of citizens, the role of non-profit organizations, whose activities are associated with solving social problems and the development of civil society, is increasingly increasing. However, in the conditions of digital socio-cultural reality, NGOs face barriers that hinder their promotion. The article presents the results of an empirical study of SMM promotion of non-profit organizations in the city of Kimry in the social network Vkontakte. Based on the results of the study, a model of SMM promotion of non-profit organizations has been constructed, taking into account their characteristics, which can contribute to the use of modern methods of digital space, such as content, targeted advertising, advertising of opinion leaders to increase the potential of NGOs in the social sphere.

Keywords: non-profit organizations, organizations of the third sector, Social Media Marketing, social networks.

УДК 316

Р. Б. Гусейнов

**Социальное взаимодействие в контексте алгоритмизации цифровых
платформ: критический анализ**

Аннотация:

Инфраструктура современного общества функционирует посредством цифровых технологий, которые в значительной степени определяют социальное взаимодействие. В этой связи коммуникативной средой социальных акторов выступают цифровые платформы. Алгоритмы, лежащие в их основе – мощный инструмент управления в цифровой среде. В статье представлен критический анализ сложившихся представлений об алгоритмах. Автор затрагивает проблемы социальной власти алгоритмов, их манипулятивном характере и непрозрачности, детерминации социального опыта пользователей цифровых платформ.

Ключевые слова: цифровое общество, алгоритмизация, цифровые платформы, непрозрачность алгоритмов, алгоритмическая объективность, манипулирование, nudge.

Об авторе: Гусейнов Роберт Фаридович, МГТУ им. Н.Э. Баумана, магистрант кафедры «Социология и культурология»; эл. почта: guseynovrf@student.bmstu.ru

Научный руководитель: Багдасарьян Надежда Гегамовна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, доктор философских наук, профессор кафедры социологии и культурологии; эл. почта: ngbagda@mail.ru

Введение

Все больше значимых аспектов повседневной жизни опосредуются и дополняются цифровыми устройствами и сервисами на базе программного обеспечения. Происходит глубокая трансформация цифрового ландшафта, движущей силой которого становятся алгоритмы. Эти скрытые механизмы модерируют потоки информации и влияют на выбор субъекта в процессе принятия решений, воздействуя не только на отдельных людей, но и на общество в целом: от установления приоритета отображения событий и публикаций в

новостной ленте и предпочтений в сфере развлечений и потребления до формирования мнений по поводу политических событий.

Алгоритмы отражают приоритеты и ценности, заложенные в платформы. Они используются для расширения контента с целью вовлечения как можно большего числа пользователей. Наиболее популярные цифровые платформы, такие как социальные сети, насчитывают миллиарды пользователей. Платформы обладают потенциалом в управлении социальными тенденциями. Благодаря контенту им открывается доступ к социальной инженерии и управлению пользовательским опытом.

В отличие от традиционного способа трансляции информации вещательными медиа, такими как радио и телевидение, контент на цифровых платформах не универсален, а направлен на каждого конкретного пользователя. Персонализированный контент применяется в широком спектре общественно-политических процессов. Таким образом, власть может быть реализована через право крупных технологических корпораций и производителей медиаконтента алгоритмически определять возможности пользователей платформы.

Алгоритмы обладают преобразующей силой, требующий критического анализа. То, как мы будем ориентироваться в этом ландшафте, определит характер цифрового общества, а также уровни справедливости и прозрачности, лежащие в его основе. Комплексное понимание алгоритмизации необходимо для формирования общества, которое максимально использует свой потенциал для инноваций, расширения прав и возможностей человека, поддерживая при этом ценности справедливости, прозрачности и социальной сплоченности.

Еще в 1980-х гг. социальный теоретик Б. Латур включил информационно-коммуникационные технологии в социальные отношения, подчеркивая, что эти отношения всегда опосредованы и трансформированы нечеловеческими формами агентности [3]. Сегодня взгляд на медиа как на коммуникационного посредника дополнен новыми представлениями в силу развития цифровых технологий. Объектом исследования становятся «новые области отношений людей и «умных систем» в условиях информационного пространства» [6].

Влияние алгоритмов на пользовательский опыт

В условиях информационного переполнения оптимизация информационного выбора становится мерой, которая позволяет пользователям ориентироваться в

медиапространстве. Алгоритмы служат проводниками информационного взаимодействия и опосредуют пользовательский опыт, формируя контент и формы взаимодействия пользователей. Обратная сторона процесса алгоритмизации – тотальная регуляция информационного поведения пользователей, выходящая за рамки цифровой среды. Под алгоритмизацией подразумевается повсеместная интеграция алгоритмов в повседневную жизнь, формирующая способы доступа к информации и взаимодействия на цифровых платформах. Это понятие подчеркивает глубокое влияние на общество алгоритмов машинного обучения, проявляющееся в значимых аспектах общественной жизни. Алгоритмизация меняет саму суть процесса принятия решений, способы взаимодействия индивидов в обществе и, в конечном счете, мировоззрение.

Узловым пунктом алгоритмизации выступают цифровые платформы. Социальная сеть, поисковая система, платформа электронной коммерции или новостной агрегатор, – все они играют роль шлюза в обширную цифровую экосистему, организуя поток информации и услуг в соответствии с целями платформы и ожиданиями пользователя. Они определяют условия, на которых индивиды взаимодействуют и обмениваются информацией, и имеют уникальный доступ к ценной информации, в соответствии с их интересами и предпочтениями [13].

Поисковые системы предоставляют результаты, которые ранжируются и упорядочиваются алгоритмами на основе оценки релевантности. Платформы электронной коммерции персонализируют рекламу и рекомендации по товарам, побуждая потребителей к совершению покупок. Агрегаторы новостей, стремясь повысить вовлеченность пользователей, подбирают для них статьи и заголовки. Несмотря на кажущуюся нейтральность и ориентированность на индивида, цифровые платформы не являются беспристрастными структурами. Они преследуют конкретные цели, соответствующие их бизнес-моделям и коммерческим интересам. Эти бизнес-императивы неизбежно вносят предвзятость в алгоритмы, модерлирующие контент.

Алгоритмическое управление пользовательским опытом возможно за счет сочетания анализа пользовательских данных и алгоритмов машинного обучения. Алгоритмы анализируют обширные массивы данных о поведении пользователей: их предпочтения, демографические характеристики и взаимодействия. Используя методы машинного обучения, алгоритмы генерируют прогнозы и рекомендации на основе полученных данных. Коммерческий характер цифровых платформ предполагает

максимальное увеличение времени пребывания на платформе и взаимодействие с ней, предлагая пользователям не только актуальный, но и увлекательный контент и услуги. Взаимодействие пользователей на цифровой платформе, по сути, опосредовано алгоритмами.

Социальная власть алгоритмов

Действуя незаметно и автономно, алгоритмы цифровых платформ и рекомендательных сервисов обладают уникальной формой социальной власти. Эта власть характеризуется как возможностями для роста производительности и эффективности бизнес-процессов, так и потенциальными социальными рисками и этическими проблемами. Владельцы цифровых платформ используют персональные данные в коммерческих и административных целях, за что субъект данных не получает вознаграждения. Напротив, данные, которые пользователь оставляет в виде цифровых следов, могут служить средством вовлечения его в новый цикл потребления рекомендуемого контента, что «способствует включению в анализ все большего объема данных о клиентах, что, в свою очередь, позволяет перейти к созданию еще более продвинутых рекомендательных сервисов» [4, с. 116].

Это говорит о том, что помимо улучшения сервисов, цель обработки и анализа данных или предиктивной аналитики заключается в выработке прогнозов «относительно наиболее вероятных сценариев поведения, желаний и потребностей пользователей для управления их вниманием с высокой точностью в интересах третьих лиц» [1]. Манипулятивный характер рекомендаций свидетельствует о том, что больше всего повышает вовлеченность контент, вызывающий эмоциональный отклик, что подтверждается исследованиями. Ж. Бергер и К. Милкман, используя многометодный подход (контент-анализ и эксперимент), смогли показать, что контент (новостные онлайн-статьи), вызывающий положительные (благоговение) или отрицательные (гнев или тревога) эмоции с высоким уровнем возбуждения, оказывается более вирусным и увлекающим, т. е. им чаще всего делятся в электронных сообщениях [9].

Ш. Зубофф, американский профессор и исследователь цифровых платформ, описывает бизнес-модель «надзорного капитализма», в которой человеческий опыт рассматривается как «бесплатное сырье для последующей переработки в поведенческие данные», а новая форма капитализма, основанная на сборе и монетизации пользовательских данных, Зубофф характеризует как «капитализм слежки», которую

осуществляют дата-корпорации [15]. Такой подход указывает на социетальный масштаб процессов алгоритмизации и платформизации.

Персонализация информации – одно из наиболее ярких следствий алгоритмизации. Алгоритмы обрабатывают огромные массивы данных, подбирая контент с учетом интересов, убеждений и поведения каждого пользователя в Интернете, что приводит к фрагментации общества. Поводом для общественной дискуссии вокруг социальных следствий этого феномена послужило заявление писателя и активиста Э. Прейзера о том, что персонализация ведет к формированию «пузырей» фильтров и эхо-камер [5]. Суть его гипотезы в том, что пользователям предлагается контент, соответствующий их взглядам, что потенциально усиливает их убеждения и ограничивает знакомство с различными точками зрения. Последствия поляризации общества и возникновения «эхо-камер» кажутся очевидными, поскольку люди реже сталкиваются с противоположными точками зрения. Однако эта гипотеза не имеет однозначного подтверждения эмпирическими данными.

На практике наблюдается большее разнообразие контента при использовании цифровых платформ. Посредством социальных медиа пользователи получают более разнообразную идеологически информацию, чем в повседневном общении [7]. Это же касается и получения новостей через поисковые системы [11]. Однако алгоритмы персонализации нельзя назвать нейтральными. Можно говорить об информационной среде, которая модерируется алгоритмами, что имеет последствия для формирования мнений, их гомогенизации или поляризации, но по принципам, отличным от предполагаемых Прейзером. В связи с этим необходимо критически изучить влияние алгоритмического отбора и принятия решений на восприятие действительности.

Непрозрачность алгоритмов

Все это актуализирует вопрос прозрачности алгоритмов. Ограниченное представление пользователей о том, как алгоритмы определяют контент, который они просматривают, создает возможность для получения неэтичных или вредных результатов. Обеспечение справедливости и беспристрастности рекомендаций и модерирования контента затруднено по двум причинам. Первое препятствие для выявления предвзятостей в алгоритмических системах – корпоративная тайна владельцев технологии. Ни государство, ни пользователи не имеют доступа к алгоритмам и данным, на которых они обучаются. Другая непреодолимая проблема связана с технической сложностью

алгоритма как вычислительного процесса, поскольку алгоритмические системы непрозрачны или неинтерпретируемы не только для исследователей или аудиторов, но и для самих создателей [2, с. 174]. Они представляют собой «черные ящики» – системы, чьи алгоритмы, обучающие данные и модели недоступны для просмотра, а следовательно, для анализа и аудита. Непрозрачность не только лишает пользователей возможности принимать взвешенные решения, но и позволяет цифровым платформам и поставщикам услуг избегать ответственности за продвигаемый ими контент.

Предвзятость алгоритмов

Вопрос прозрачности алгоритмов тесно связан с проблемой предвзятости. Изначально алгоритмы не имеют предубеждений, в связи с чем обнаруживается их потенциал в борьбе с дискриминацией. Несмотря на это существуют многочисленные примеры усиления дискриминации, связанные с субъективной оценкой алгоритмом действий пользователя.

Предвзятость проявляется в демографической, когнитивной и контекстуальной формах. Демографическая предвзятость связана с тем, что алгоритмы систематически отдают предпочтение или ставят в невыгодное положение определенные расовые, гендерные или социально-экономические группы. Когнитивные предубеждения возникают на основе исторических данных, используемых для обучения алгоритмов, отражая существующие социальные нормы и закрепляя стереотипы. Контекстуальные предубеждения обусловлены характером цифровой платформы и ее целями, что приводит к предпочтению определенного контента или поведения, соответствующего целям платформы.

Вместе с тем предвзятости могут непреднамеренно вноситься в процессе разработки: «алгоритмическая предвзятость существует даже тогда, когда у разработчика алгоритма нет намерения дискриминации, и даже когда рекомендательная система не принимает на вход демографическую информацию: тем не менее, тщательно используя сходство товаров и пользователей, алгоритм может в конечном счете рекомендовать товар очень однородному составу пользователей» [10]. Кроме того, возникновение предвзятости уходит корнями в исторические данные, т.е. «необъективные обучающие данные приводят к необъективным алгоритмическим моделям» [12]. Это свойство отражено в выражении «предвзятость внутри – предвзятость снаружи» [8].

Предвзятость алгоритмов не только вызывает этические проблемы, но и подрывает доверие к цифровым платформам и институтам, которые их используют. Пользователи, считающие, что алгоритмы несправедливо благоприятствуют или ущемляют интересы определенных групп, скорее всего, усомнятся в легитимности и надежности систем, с которыми они взаимодействуют. Разрушение доверия может иметь серьезные последствия для цифровой экосистемы, потенциально приводя к снижению вовлеченности пользователей.

Цифровая детерминация

Мягкой силой в регулировании поведения пользователей в цифровой среде служит социальная технология подталкивания или *nudge*. Эта технология широко применима в маркетинге (ограниченная по сроку акция в магазине), политике (агитация во время предвыборной компании) и государственном регулировании (предписание предупреждать потребителя о вреде продукции). В отличие от прямого запрета или предписания, надж лишь ориентирует людей на определенное поведение, однако, с точки зрения социальной инженерии, это ничто иное как манипуляция. В интернет-пространстве надж-эффект реализуется через уведомления и напоминания, он может принимать форму предвзятости подтверждения – склонности личности отдавать предпочтение информации, подтверждающей его точку зрения. Более широко взглянуть на описанный эффект можно через понятие «цифровое подталкивание» – использование элементов дизайна пользовательского интерфейса для управления поведением людей в цифровой среде [14, с. 433].

Динамичный характер развития цифровых платформ и быстрая эволюция алгоритмов создают дополнительные барьеры и для социального взаимодействия. Поскольку платформы и алгоритмы адаптируются к изменяющимся моделям поведения и целям пользователей, они могут непреднамеренно воспроизводить предубеждения, существующие в обществе. Такая адаптивность ставит под сомнение традиционные подходы к проверке и устранению предвзятости, требуя постоянного мониторинга и доработки алгоритмов для поддержания справедливости. Цифровым платформам и алгоритмам, лежащим в их основе, не препятствуют государственные границы. Глобальный характер платформ требует скоординированных усилий по установлению единых стандартов справедливости и прозрачности, соответствующих принципам взаимосвязанного и открытого цифрового общества.

Заключение

Предвзятость алгоритмов, как преднамеренная, так и непреднамеренная, может укоренить дискриминацию и социальное неравенство в различных сферах социальной жизни. Для решения проблемы информационной изоляции, предвзятости и непрозрачности необходимы аудит и интеграция методов машинного обучения, учитывающих принцип справедливости. Важную роль в обеспечении этого принципа играют нормативно-правовая база и этические регуляторы, обеспечение прозрачности алгоритмов, формирующих цифровой опыт пользователей, расширение их прав и возможностей. Операторы алгоритмов должны быть готовы раскрывать информацию об источниках данных и принципах, в соответствии с которыми алгоритмы модерируют контент. Это открывает путь к социальному контролю над алгоритмами, позволяя исследователям и экспертам оценивать и выявлять риски, связанные с доступом к персональным данным и их использованием против интересов пользователей.

Библиографический список:

1. Бегтин И. В. Капитализм «слежки» / И. В. Бегтин, С. В. Коршунова // Этика и «цифра»: этические проблемы цифровых технологий. Аналитический доклад [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ethics.cdto.center/5_2 (дата обращения: 21.12.23).
2. Кузнецов А. Г. Туманности нейросетей: «Черные ящики» технологий и наглядные уроки непрозрачности алгоритмов // Социология власти. 2020. С. 157-182.
3. Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / пер. с англ. И. Полонской; под ред. С. Гавриленко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 384 с.
4. Назаров М. М. Платформы и алгоритмизация в медиа: содержание и социальные следствия // Коммуникология. 2020. №2. С. 108-124.
5. Паризер Э. За стеной фильтров. Что интернет скрывает от вас. М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. 304 с.
6. Социально-технологический дискурс в теориях и практиках цифрового тренда / Н. Г. Багдасарьян, Л. В. Баева, Е. А. Гаврилина [и др.]. М.: Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет), 2022. 167 с.

7. Barnidge M. Exposure to Political Disagreement in Social Media Versus Face-to-Face and Anonymous Online Settings // *Political Communication*. 2017. No. 2. Pp. 302-321.
8. Barocas S. Big data's disparate impact / S. Barocas, A. Selbst // *California Law Review*. 2016. Vol. 104. Pp. 671-732.
9. Berger J. What makes online content viral? [Electronic resource] / J. Berger, K. Milkman // *Journal of Marketing Research*. Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1528077> (accessed date: 29.12.2023).
10. Edizel B. Mitigating Algorithmic Bias in Recommender Systems / B. Edizel, F. Bonchi, S. Hajian, T. Tassa // *International Journal of Data Science and Analytics*. 2020. No. 2. Pp. 197-213.
11. Fletcher R. Automated Serendipity: The Effect of Using Search Engines on News Repertoire Balance and Diversity / R. Fletcher, R. Nielsen // *Digital Journalism*. 2018. Vol. 6, No. 8. Pp. 976-989.
12. Schreiner M. Effect of Emotion on Content Engagement in Social Media Communication: A Short Review of Current Methods and a Call for Neurophysiological Methods / M. Schreiner, R. Riedl // *Information Systems and Neuroscience: NeuroIS Retreat 2018*. Vienna, 2018. Pp. 195-202.
13. van Dijck J. *The Platform Society: Public Values in a Connective World* / J. van Dijck, T. Poell, M. de Waal. New York: Oxford University Press, 2018. 226 p.
14. Weinmann M. Digital Nudging / M. Wienmann, C. Schneider, J. vom Brocke // *Business & Information Systems Engineering*. 2016. Vol. 58(6). Pp. 433-436.
15. Zuboff S. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: Public Affairs, 2019. 704 p.

Guseynov R. B. Social interaction in the context of algorithmization of digital platforms: a critical analysis

The infrastructure of modern society functions through digital technologies, which largely determine social interaction. In this regard, digital platforms are the communicative environment of social actors. The algorithms underlying them are the most powerful management tool in the digital environment. The article presents a critical analysis of the prevailing ideas about algorithms. The author touches upon the problems of the social power of algorithms, their manipulative nature and opacity, and the determination of the social experience of users of digital platforms.

Keywords: digital society, algorithmization, digital platforms, opacity of algorithms, algorithmic objectivity, manipulation, nudge.

УДК 316

А. А. Корешкова

Цифровые технологии обучения в оптике студенческих мнений

Аннотация:

В статье рассмотрена цифровизация как актуальное направление развития современного общества, науки, техники и иных областей человеческого знания. Уточнены понятия цифровизации, цифровизации образования, цифровых технологий обучения. Описана структура цифровизации высшего образования, ее особенности и риски в учебном процессе. Артикулированы новые требования на рынке труда, где резко возрастает потребность в инженерных кадрах, владеющих цифровыми компетенциями. В качестве примера применения цифровых технологий в учебном процессе и научной деятельности рассмотрен МГТУ им. Н.Э. Баумана. Представлены результаты социологического исследования отношения студентов к цифровым технологиям обучения.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые технологии обучения, сфера образования, отношение студентов к цифровизации, университет, МГТУ им. Н.Э. Баумана.

Об авторе: Корешкова Анастасия Александровна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, студент кафедры социологии и культурологии; эл. почта: koreshkova@bmstu.ru

Научный руководитель: Багдасарьян Надежда Гегамовна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, доктор философских наук, профессор кафедры социологии и культурологии; эл. почта: ngbagda@mail.ru

Современный мир сложно представить без цифровых технологий. Цель статьи – опираясь на характер цифровых трендов в системе образования, выявить отношение студентов к использованию цифровых технологий в процессе обучения.

Понятие «цифровизация» может трактоваться по-разному. Одни считают, что это просто внедрение цифровых технологий в жизнь, а другие видят в этом процессе ключевой элемент цифровой экономики. Однако, независимо от толкований, можно

отметить общую характеристику явления: цифровизация – неотъемлемая часть человеческого бытия современного мира. Она охватывает все сферы жизни – от экономики и политики до образования и медицины [10].

Приведем в качестве примера ряд трактовок. Под цифровизацией понимают:

- новый тренд мирового общественного развития, который пришел на смену информатизации и компьютеризации [2];
- создание и применение современных систем, технологий и инструментов в целях повышения эффективности управленческих решений и предлагаемых услуг [3];
- преобразование информации в цифровую форму [4];
- многогранный феномен, существенным образом отражающийся на всех сферах общественной жизнедеятельности, требующий осмысления в контексте социальной неопределенности [5];
- драйвер прогресса, способствующий росту числа изменений не только в структуре технологии и ее приложении, но и в нематериальной области – в том, что касается сознания и – менее абстрактно – в социальной динамике, в механизмах существования и развития общества [6];
- процесс внедрения цифровых технологий генерации, обработки, передачи, хранения и визуализации данных в различные сферы человеческой деятельности [8];
- новый (пятый) этап развития общества, знаменующий собой переход от постиндустриального (информационного) к цифровому обществу [1; 9].

Мы полагаем, что цифровизация в сфере образования представляет собой широкий процесс внедрения цифровых технологий во все аспекты и уровни образовательной системы, а цифровые технологии обучения – это конкретные инструменты и ресурсы, используемые для его улучшения. Процесс цифровизации в сфере образования обрел особую актуальность, позволяя повысить качество преподавания и одновременно с этим оптимизировать временные и материальные издержки.

Цифровизацию образования, как правило, связывают с развитием дистанционного онлайн-образования. Однако различные программы, приложения и другие цифровые ресурсы для электронного обучения используются как удаленно, так и непосредственно в учебной аудитории. Кроме того, цифровизация касается не только учебного процесса, но и организационных вопросов: электронные дневники и журналы в школе, электронный документооборот в вузе, электронная коммуникация студентов с преподавателями и пр.

По мнению экспертов Института образования Высшей школы экономики, цифровизация образования прошла несколько этапов. Первая ее волна (сер. 1980-х – нач. 1990-х гг.) была направлена на развитие компьютерной грамотности и включала в себя появление в школах и вузах первых компьютерных классов. На втором этапе (2000-е гг.) цифровые устройства и форматы стали внедряться в образовательный процесс. На третьем – новейшем этапе (примерно с 2018 г.) речь идет уже о цифровой трансформации – применении цифровых технологий во всех образовательных процессах [7].

В ходе цифровой трансформации обновляются планируемые результаты и содержание образования: чем дальше, тем больше людям нужны цифровые компетенции – и в профессиональной деятельности, и в повседневной жизни. Однако цифровизация образования не означает, что вся образовательная среда, включая преподавателей, будет заменена электронными инструментами. Против этого свидетельствуют результаты исследований – форматы, когда обучение строится офлайн и частично онлайн, оказываются, как правило, эффективнее и полного дистанта, и абсолютного отказа от современных цифровых инструментов. А практика показывает, что качественное образование всегда подразумевает живой опыт взаимодействия с преподавателем и студентами – и онлайн-курс без обратной связи, и скучная лекция, после которой никто не задает вопросы – одинаково полезны мало.

Положительную роль цифровизация сыграла в период пандемии. Вузы по всему миру вынужденно перешли на дистант, в онлайн. Развернутый анализ цифровизации образования в период пандемии был дан в докладе Минобрнауки «Уроки стресс-теста: Вузы в условиях пандемии и после нее» [11]. Тогда все учебные заведения мира столкнулись с чрезвычайной ситуацией. Еще 30 лет назад такая ситуация означала бы полное прекращение работы школ и вузов. Российские университеты, как и многие зарубежные, перешли на работу в онлайн-режиме, чтобы помочь студентам продолжить образование и завершить обучение. Эта ситуация стала настоящим «стресс-тестом» для системы высшего образования.

Для анализа того, как система справилась с таким испытанием, были проведены социологические опросы преподавателей, студентов, руководителей университетов, исследован опыт университетов по вынужденному изменению системы обучения, выявлены положительные и проблемные зоны. В период удаленной работы рождались

новые формы обучения. Например, студенческие практики проводились в следующих формах:

- асинхронной или заочной (студенты изучают материал в удобное им время, в установленный срок);
- синхронной (одновременное участие в занятии, например, в формате вебинара);
- смешанной (совмещение синхронного и асинхронного взаимодействия в зависимости от педагогических задач).

Основной вывод проведенного анализа состоит в том, что Российское высшее образование выдержало «стресс-тест» [11].

Структура цифровизации в высшем образовании может включать следующие компоненты:

1. электронные курсы и онлайн-обучение. Это формат обучения, при котором студенты могут получать знания и навыки через интернет, используя различные электронные ресурсы, видеоуроки, интерактивные задания и тесты;
2. виртуальные лаборатории и симуляторы. Это технологии, обеспечивающие проведение экспериментов и тренировок в виртуальном пространстве, что снижает затраты на оборудование и увеличивает число тренировок;
3. системы управления обучением. Программное обеспечение, которое позволяет управлять учебным процессом, включая организацию расписания занятий, выставление оценок и контроль успеваемости студентов;
4. электронные библиотеки и базы данных. Это ресурсы, предоставляющие доступ к электронным книгам, научным статьям и другим материалам, которые могут применяться в учебном процессе;
5. интерактивные доски и презентации. Это технологии, позволяющие преподавателям создавать интерактивные презентации и занятия, повышающие качество обучения.

Для успешного проведения цифровизации высшего образования необходимо учитывать особенности и риски учебного процесса, запросы и возможности студентов и преподавателей. Так, например, зависимость студентов от использования технологий приводит к отсутствию мотивации в обучении; проблема избытка информации затрудняет процесс обучения; недостаточная защита информации приводит к утечке личных данных

пользователя; низкий уровень цифровой грамотности ведет к снижению качества образования; чрезмерное использование цифровых технологий в обучении нарушает личный контакт между студентами и преподавателями. К рискам цифровизации образования также можно отнести ограниченный доступ малообеспеченных семей или регионов к технологиям, доступ к интернету, уменьшение физической активности студентов и их зависимость от социальных сетей. С рисками связана и недостаточная квалификация преподавателей для эффективного использования цифровых технологий в обучении.

В условиях современно рынка труда чрезвычайно востребованы выпускники инженерных вузов, которые способны применять освоенные в профессиональном обучении знания и умения. Результатом обучения, согласно ФГОС ВО, служит набор сформированных компетенций у будущих специалистов, в том числе и цифровых, под которыми понимается способность грамотно действовать при решении профессиональных задач.

МГТУ им. Н.Э. Баумана активно применяет цифровые технологии в учебном процессе и научной деятельности. Так, в рамках программы «Цифровое образование» создается электронная библиотека, разрабатываются онлайн-курсы и платформы для дистанционного обучения. В университете созданы цифровые лаборатории и центры, занимающиеся исследованиями в области информационных технологий, робототехники, беспилотных авиационных систем и других смежных областей. Имеются центры цифровых технологий, где проводятся исследования в области искусственного интеллекта, кибербезопасности и других направлений. Университет активно сотрудничает с ведущими компаниями в области IT-технологий (ВКонтакте, Mail.ru, Ростелеком, Яндекс, Сбер, Альфа-Банк и др.) и проводит мероприятия для студентов и молодых специалистов, направленные на развитие цифровых навыков.

В рамках федерального проекта «Развитие кадрового потенциала IT-отрасли» национальной программы «Цифровая экономика» создана «Цифровая кафедра МГТУ им. Н.Э. Баумана», где студенты бесплатно получают дополнительное образование по четырнадцати программам, связанным с IT. Благодаря дополнительным компетенциям в сфере IT, выпускники кафедры имеют преимущества при трудоустройстве, получая уникальные возможности стать частью большого содружества (платформа проектов, стажировок и пр.), познакомиться с интересными людьми и экспертами в своей области.

Цифровизация высшего образования в первую очередь направлена на улучшение подготовки студентов. Цифровые технологии обучения фокусируются на применении конкретных цифровых инструментов и ресурсов, в частности, использовании интерактивных досок, электронных учебников, онлайн-курсов, мультимедийных материалов и пр. Цель цифровых технологий обучения – сделать обучение интерактивным и увлекательным для учащихся. Проведенное в МГТУ им. Н.Э. Баумана социологическое исследование выявило некоторые тенденции и особенности отношения студентов к цифровым технологиям обучения, оценку уровня их собственной цифровой грамотности и применения полученных знаний и умений на практике.

Сбор первичной эмпирической информации у студентов МГТУ им. Н.Э. Баумана осуществлялся методом анкетирования. Опросник содержал 20 вопросов по 3 блокам. К первому блоку относились вопросы, связанные с оценкой уровня их собственной цифровой грамотности; во втором блоке выяснялось отношение студентов к цифровым технологиям обучения; третий блок вопросов связывался с применением полученных знаний и умений студентами на практике. В анкетировании приняли участие 120 студентов 4-5 курсов, респонденты проходили опрос на платформе Google Forms на протяжении двух недель.

В результате проведенного исследования по вопросам **первого блока** было выяснено, что студенты умеют работать с компьютером, операционной системой (Windows, macOS, Linux) браузером (Google Chrome, Яндекс, Mozilla Firefox), умеют выполнять в них базовые операции. Студенты знакомы с базовыми мерами безопасности в интернете, они разбираются в программном обеспечении, электронных документах, офисных программах (Microsoft Office, LibreOffice) и применяют их в учебном процессе; обладают навыками работы в коллективе над проектами через облачные сервисы и совместное редактирование документов; наконец, студенты имеют представление о базовых принципах программирования и работают с данными, используют инструменты и языки программирования (Python, Java или C++) для анализа информации.

Затруднения у учащихся вызвали вопросы, связанные с информационным поиском и оценкой информации. Уметь искать нужную информацию в интернете, критически оценивать ее, различать надежные и ненадежные источники, а также анализировать и интерпретировать данные могут лишь треть опрошенных.

По вопросам **второго блока** выявлено, что студенты полностью поддерживают использование цифровых технологий в обучении не только онлайн, но и в аудитории. Они считают, что это дает множество возможностей для расширения знаний и навыков, улучшения коммуникации и сотрудничества с преподавателями и однокурсниками, облегчают процесс обмена материалами и заданиями между ними, упрощают проверку работ и обратную связь, повышают эффективность учебного процесса. Благодаря цифровым технологиям, студенты могут учиться в удобном для них темпе и времени, выбирать интересующие их курсы и материалы, а также использовать различные онлайн-инструменты для организации своей работы и повышения продуктивности.

Опрос показал, что многие студенты активно участвуют в работе цифровых лабораторий и центров, занимаясь робототехникой, беспилотными авиационными системами и другими технологиями. Тестирование выявило, что из 120 респондентов 23 студента обучаются, либо закончили обучение на цифровой кафедре МГТУ им. Н.Э. Баумана по девяти программам, связанным с ИТ. Несмотря на все преимущества такого обучения, студенты понимают, что цифровые технологии не могут полностью заменить традиционных методов обучения. Личное общение с преподавателями и однокурсниками, возможность задавать вопросы и обсуждать материалы в аудитории остаются важными аспектами образования.

Третий блок тестовых вопросов определил, что студенты активно применяют цифровые технологии обучения в образовательном процессе. Они используют CAD/CAM/CAE системы для проектирования и моделирования, что позволяет им создавать прототипы и проводить тестирование. Студенты широко применяют в своей деятельности онлайн-ресурсы, инструменты анализа данных и программирования. Это свидетельствует о развитии профессиональных навыков, компетентности в области информационных технологий, что полезно для их будущей карьеры в инженерной сфере.

Цифровизация обучения в техническом вузе чрезвычайно актуальна в современном мире, где технологии играют все более значимую роль во всех сферах жизни. В техническом вузе цифровизация обучения может значительно улучшить процесс обучения и подготовить студентов к работе в современной индустрии. Студенты обычно относятся положительно к цифровым технологиям обучения, поскольку те предоставляют доступ к большому объему информации, дают возможность обучаться в интерактивном формате, использовать современные инструменты и программное обеспечение. Кроме того,

цифровые технологии могут сделать обучение более гибким и доступным, позволяя студентам учиться в любое время и из любой точки мира. Важно учитывать, что не все студенты могут быть одинаково готовы к использованию цифровых технологий в обучении. Некоторым может потребоваться дополнительная поддержка. Наконец, необходимо учитывать и вопросы безопасности и конфиденциальности данных.

Библиографический список:

1. Багдасарьян Н. Г. «Цифровое общество»: концептуальные подходы, проблемы и перспективы / Н. Г. Багдасарьян, А. Л. Кравченко // Знание. Понимание. Умение. 2023. № 2. С. 47-59.
2. Гадецкий В. Г. Особенности цифровизации на муниципальном уровне / В. Г. Гадецкий, А. А. Корякина // Вестник ГГУ. 2020. № 5. С. 23-30.
3. Герасимова Т. А. Содержание понятий «цифровая экономика» и «цифровизация в сфере государственного управления» / Т. А. Герасимова, Н. В. Москвитина // Социальная реальность виртуального пространства. Иркутск: ИГУ, 2019. С. 310-315.
4. Едзаева М. О. Цифровизация избирательного процесса / М. О. Едзаева, А. П. Чирик // Студенческая молодежь XXI века: наука, творчество, карьера, цифровизация: Сборник материалов межвузовской студенческой научно-практической интернет-конференции, Москва, 26 мая 2020 года. М.: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский экономический институт», 2020. С. 204-209.
5. Загребин В. В. Процесс цифровизации в условиях глобальной неопределенности / В. В. Загребин, Е. А. Серова // Возможности и угрозы цифрового общества: Материалы конференции Всероссийской научно-практической конференции, Ярославль, 22 апреля 2020 года. Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Цифровая типография», 2020. С. 79-84.
6. Коньков А. Е. Цифровизация политики vs политика цифровизации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2020. Т. 13, № 1. С. 47-68.
7. Малошенок Н. Г. Взаимосвязь использования Интернета и мультимедийных технологий в образовательном процессе со студенческой вовлеченностью // Вопросы образования. 2016. № 4. С. 59-83.

8. Плотников В. А. Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в российской экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018. № 4(112). С. 16-24.

9. Полюшкевич В. Ю. Трансформация государственного и муниципального управления в парадигме цифровизации: Материалы Международной научно-практической конференции, Иркутск, 30 марта 2020 года. Иркутск: Иркутский государственный университет, 2020. 296 с.

10. Социально-технологический дискурс в теориях и практиках цифрового тренда / Н. Г. Багдасарьян, Л. В. Баева, Е. А. Гаврилина [и др.]. М.: Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет), 2022. 167 с.

11. Уроки стресс-теста: Вузы в условиях пандемии и после нее. Аналитический доклад [Электронный ресурс] // Высшая школа экономики. Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2020/07/06/1595281277/003_%D0%94%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4.pdf?ysclid=lov53myzo320451511 (дата обращения: 14.11.2023).

Koreshkova A.A. Digital learning technologies in the optics of student opinions

The article considers digitalization as an actual direction of development of modern society, science, technology and other areas of human knowledge. The author clarifies the concepts of digitalization, digitalization of education, digital learning technologies; describes the structure of digitalization of higher education, its features and risks in the educational process. The article articulates new requirements in the labor market, where the need for engineering personnel with digital competencies is sharply increasing. As an example of the use of digital technologies in the educational process and scientific activity, the Bauman Moscow State Technical University is considered. The author presents the results of a sociological study of students' attitudes to digital learning technologies.

Keywords: digitalization, digital learning technologies, education, students' attitude to digitalization, university, Bauman Moscow State Technical University.

УДК 004.056.53

А. В. Тонкошкурова

Тренды применения социальных технологий в киберпространстве

Аннотация:

В статье рассматривается одна из глобальных проблем цифровой среды – использование социальных технологий для манипулирования пользователями социальных сетей и Интернет-ресурсов. Главная причина возникновения этой проблемы заключается в том, что в условиях активного развития информационных технологий формируется информационная зависимость, касающаяся людей, участвующих в процессе производства, хранения и использования информации в ходе информационного взаимодействия. Оно порождает ряд социальных трансформаций, формируя новые виды рисков, вызовов и угроз, таких как информационные войны, информационное оружие, информационный терроризм, информационная преступность, изменяя и социальные технологии воздействия на пользователей сети Интернет. Все это обуславливает актуальность исследования отношения населения к социальным технологиям манипулирования пользователями цифровой среды для выявления причин их уязвимости перед кибератаками.

Ключевые слова: цифровая среда, социальные технологии, социальная инженерия, информационная безопасность, кибермошенники, фишинг, вирусные ссылки, троянская программа, обратная социальная инженерия.

Об авторе: Тонкошкурова Анастасия Витальевна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, магистр кафедры «Социология и культурология»; эл. почта: paleeva1772@mail.ru

Научный руководитель: Сазонова Анна Львовна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, кандидат социологических наук, доцент кафедры «Социология и культурология»; эл. почта: sazonova@bmstu.ru

Жизнь современного человека протекает в уникальных условиях – человек оказывается включенным в «интегральную реальность» как область соотношения естественной, социальной

и виртуальной сред. В этой области функционируют эффекты, возникшие в результате взаимодействия процессов и феноменов естественного, социального и виртуального характеров. К ним относят эффект технологизации человека, «апгрейда реальности» и др. [1]. Активность подобного рода эффектов приводит к изменениям физического и психического состояния человека, влияя на его мышление, трансформируя индивидуальную и социальную ментальность, предопределяя поведение и выбор жизненных стратегий. Значительную роль в процессах развития современного человека и общества играет информационно-сетевая среда – неотъемлемый компонент интегральной реальности. Эта среда отличается рядом особенностей: функционирование в онлайн-режиме, цифровое содержание, оформленность в киберпространстве, знаково-символьная перегруженность, безграничность информационных полей, сетевая структура, наличие мем-комплексов и их реконструкции [2].

Благодаря процессу информатизации в обществе происходят системные изменения, в соответствии с которыми каждый человек включается в глобальное информационное пространство, становясь элементами глобальной информационной системы и, соответственно, в той или иной степени зависимым от нее. При этом интеграция человека в информационно-сетевое пространство за два-три десятилетия активного пользования Интернетом позволила почувствовать себя комфортно и безопасно. Но так ли это на самом деле? Может ли человек чувствовать себя в безопасности в новом высокотехнологичном мире? Инновационные и нестандартные технологические подходы к развитию общества обуславливают риски нарушения всей системы кибербезопасности. Иными словами, возникает проблема, с которой сталкиваются пользователи сети Интернет – манипулировать ими, применяя социальные технологии, становится гораздо легче.

В анкетном онлайн-опросе приняли участие жители Московского региона, активные пользователи Интернет, сталкивающиеся с социальными технологиями манипулирования ими в цифровой среде. Было выявлено отношение населения Московского региона к этим технологиям. Гипотеза исследования заключалась в следующем: специфика отношения активных пользователей социальных сетей и Интернет-ресурсов к социальным технологиям как инструменту кибермошенничества проявляется в низкой степени информированности о способах воздействия; в наличии технического образования у пользователей социальных сетей и Интернет-ресурсов; в возрастной категории пользователей (наиболее подверженными технологиям манипулирования становятся подростки и пожилые люди).

Социальные технологии и социальная инженерия в контексте информационной безопасности

В современном обществе значительно возрастает не только производство новых знаний, но и возможность целевой манипуляционной «настройки» тех знаний, которые усваивает человек. Такая «настройка» осуществляется при помощи специально разработанных социальных технологий, многократно усиливающих уровень воздействия на индивида. Социальные технологии могут быть потенциально применены кибермошенниками в качестве способа управления действиями людей в цифровой среде. Они многосубъектны и представляют собой структурированные действия по «обработке людей людьми», включая то, что называется человеческим фактором. Социальные технологии можно определить как «социальное знание, трансформированное в конкретные модели практических действий для достижения заранее определенных целей» [5, с. 333-334].

Развитие информационных технологий значительно облегчает и усиливает влияние на людей. Во-первых, проблема заключается в излишней доверчивости пользователей Интернет к фейк-ньюс и новостям, затрагивающим непосредственное окружение «жертвы» кибератаки. Во-вторых, уже сегодня существует множество разнообразных технологий, которые кибермошенники используют для «выслеживания жертвы». Совокупность эмоционального и технического воздействия и формирует систему социальных технологий в информационной среде.

Особое внимание в структуре информационной безопасности занимают не только социальные технологии, но и социальная инженерия. Она имеет многогранное и широкое толкование – в научной литературе под ним часто подразумевают деятельность, ориентированную на целенаправленное изменение и регулирование различных организационных структур, а также теоретическую и практическую деятельность, направленную на создание и использование набора средств воздействия на поведение людей [3, с. 53]. Так, например, бывший хакер Кевин Митник прямо определял социальную инженерию как искусство обмана, а социального инженера как манипулятора, использующего обман, влияние и убеждение для того, чтобы получить информацию [4]. Это напрямую отражает главную проблему исследования.

Социальные технологии определяются как модели, благодаря которым кибермошенники осуществляют воздействие на пользователей социальных сетей и Интернет, а социальная инженерия – конкретные методы воздействия с применением инженерных

подходов. Социальная инженерия непосредственно входит в состав модели социальных технологий, являясь частью системы. За сохранность данных отвечают их непосредственные владельцы, для которых они имеют ценность. Существующие или предполагаемые нарушители могут придавать значение этим данным, что приводит к возникновению угроз.

Характеристика респондентов

В анкетном опросе населения Московского региона об их отношении к социальным технологиям как инструменту кибермошенничества приняло участие 139 респондентов в период с 5 по 14 мая 2023 г. Отметим, что объект исследования – активные пользователи социальных сетей и Интернет-ресурсов, которые сталкивались с социальными технологиями воздействия на них в цифровой среде. Поэтому в опросе было два отсеивающих вопроса, которые позволили произвести чистку выборки и оставить ответы респондентов, важные для исследования. В ходе выбраковки из 139 респондентов к анализу предлагаются ответы 115 ответивших на анкетный опрос.

Характеристика респондентов такова: в опросе приняло участие 69 женщин (60%) и 46 мужчин (40%). Проведем краткую характеристику по каждой категории респондентов.

1. В анкетном опросе приняло участие 69 женщин преимущественно в возрасте от 18 до 24 лет, с уровнем дохода от 20 до 50 тысяч рублей, с гуманитарным уклоном образования. Большинство из них часто используют социальные сети и Интернет-ресурсы (от 6 до 8 часов в сутки) и это становится частью их профессиональных обязанностей.

2. В анкетном опросе приняло участие 46 мужчин преимущественно в возрасте от 25 до 55 лет. Уровень дохода варьируется от 51 до 100 тысяч рублей и более. Уклон образования в большей степени гуманитарный. Большинство респондентов часто используют социальные сети и Интернет-ресурсы, в частности, в рамках рабочего времени, в общении с коллегами для решения рабочих вопросов.

Отношение респондентов к технологиям воздействия на них в социальных сетях и Интернет-ресурсах делится на информированность об этом явлении и его оценку.

Степень информированности о характере социальных технологий

Только половина (52%) утверждает, что знает о социальных технологиях как инструменте кибермошенничества в социальных сетях и Интернет-ресурсах. 40% заявляют о своей частичной информированности. Активные пользователи социальных сетей и Интернет прекрасно понимают, что в настоящее время в цифровой среде ведутся активные действия

кибермошенников, которые направлены на их персональные, личные и конфиденциальные данные.

Наиболее понятными для респондентов стали следующие социальные технологии: фишинг (83%), вирусные ссылки (73%), а также троянская программа (70%) и сбор информации из открытых источников (70%). В целом, можно утверждать, что кибератаки совершаются в основном на логины и пароли аккаунтов социальных сетей и Интернет-ресурсов – на это направлены фишинг, вирусные ссылки и частично сбор информации о жертве.

Информированность о социальных технологиях непосредственно связана с кибератаками, совершенными на конфиденциальные, персональные и личные данные активных пользователей цифровой среды, поскольку именно фишинг (63%), несуществующие ссылки (50%) и троянская программа (41%) отмечены респондентами, как наиболее часто примененными против них.

Стоит отметить, что наиболее опасными социальными технологиями, по мнению опрошенных, выступают троянские программы (59%), фишинг (55%) и «дорожное яблоко» (51%), большинство из которых направлены на полное уничтожение данных с электронного носителя. При этом, чаще всего респонденты используют мобильный телефон (96%) и ноутбук (70%), в то время как на смартфон чаще всего проводились все перечисленные ранее кибератаки (90%).

Степень информированности о последствиях негативного воздействия социальных технологий

Респонденты обратили внимание на кибермошенников, с которыми им приходилось чаще всего сталкиваться, а именно на хакеров (66%), аферистов (49%) и воров личной информации (41%). Прежде всего, это люди, занятые цифровым взломом, кражей, удалением или подменой данных, выводением оборудования из строя, вымогательством, шантажом, использованием данных для оформления кредитов и т.д. Иными словами, они осуществляют несанкционированный доступ к цифровой информации и электронным системам, что и становится одной из главных проблем цифровой среды. Об этом же заявляют 87% опрошенных, считая социальные технологии и все, что с ними связано, одной из главных проблем информационной среды. Активные пользователи социальных сетей и Интернет-ресурсов заявляют, что действия киберпреступников нацелены напрямую на денежные средства жертвы (88%) и личную информацию с целью шантажа (59%). Таким образом, все действия направлены на получения максимальной денежной выгоды, в свою очередь их

отследить практически невозможно, как и вернуть обманутым пользователям или жертвам финансовые средства.

Что касается количества кибератак, совершаемых на активных пользователей социальных сетей и Интернет-среды, то здесь можно использовать таблицу сопряженности, чтобы отразить не только количество атак, но и проследить, кто в наибольшей степени им подвержен.

Таблица 1. Распределение респондентов по полу в зависимости от количества кибератак

	Количество респондентов	% от числа ответивших
1 кибератака	28	24%
Женский	14	12%
Мужской	14	12%
2-3 кибератаки	55	48%
Женский	44	38%
Мужской	11	20%
4-5 кибератак	15	13%
Женский	3	3%
Мужской	12	10%
Более 5 кибератак	17	15%
Женский	8	7%
Мужской	9	8%
Общий итог	115	100%

Чаще всего происходило от 2 до 3 кибератак, в большинстве случаев с которыми сталкивались женщины. Стоит отметить, что мужчины чаще всего сталкивались с 4 и более кибератаками (в общей сложности 21 респондент – практически половина опрошенных мужчин). В общей сложности около 76% всех респондентов более 2 раз сталкивались с кибермошенничеством. Это не просто единичные случаи, а целенаправленные атаки на персональные данные респондентов и их финансовые средства. В свою очередь, это доказывает значимость этой проблемы в рамках цифровой среды.

Что касается мнения опрошенных о самой незащищенной социальной сети, то здесь стоит отметить социальную сеть «ВКонтакте» (VK) (об этом заявляет 90% всех респондентов). У полученной статистики есть свои причины. Обратимся к блогу Д. Куликова: «Опасность

социальной сети Вконтакте для пользователей», расположенном на официальном сервисе Яндекс.Дзен. Эксперт обращает внимание на нарушение тайны переписки, что представляет собой одну из самых больших угроз, которую представляет данная социальная сеть. Переписку активно используют маркетологи, чтобы предоставлять рекламные объявления для продвижения своих товаров или услуг. Любой человек видит, когда вы пользуетесь социальной сетью с компьютера, а когда с телефона. С помощью этой информации можно сразу же понять, дома пользователь или нет. На каждой странице можно увидеть надпись «заходил час назад» или «заходил в 03:59». Любой человек может узнать, когда пользователь ложится спать, а когда просыпается, что нарушает конфиденциальность данных [6]. Чужие профили легко скопировать, тем самым шантажируя родных и близких. Средствами защиты в VK становятся предупреждение о том, что в аккаунт кто-то зашел; перевод аккаунта в «закрытый» режим; ограничение возможности отправки сообщений для посторонних лиц. Однако, по мнению респондентов, этого недостаточно для того, чтобы чувствовать себя в безопасности.

Среди главных последствий столкновения пользователей социальных сетей и Интернет-ресурсов с кибератаками в цифровой среде можно выделить взлом страницы в социальных сетях с целью вымогательства денежных средств у друзей и близких (61%), а также воровство паролей социальных сетей, интернет-магазинов и учетных записей (59%) для дальнейшего распоряжения данными.

Психологическое состояние опрошенных после взаимодействия с социальными технологиями достаточно разнообразно:

- у 34% респондентов возникало чувство паники, страха, смутения, замешательства;
- 26% почувствовали мнительность, тревожность и излишнюю подозрительность к происходящему в цифровой среде;
- 25% опрошенных отнеслась к сложившейся ситуации спокойно, смогла ее преодолеть или же вовремя устранить последствия.

Действия респондентов, направленные на преодоления последствий взаимодействия с социальными технологиями

Главной возможностью определения кибератаки на персональные данные респондентов становится получение электронного письма и сообщения, что конфиденциальные данные пытаются украсть или взломать (64%). Второй по значимости возможностью, но менее популярной, выступает использование менеджеров паролей, которые не только безопасно их

хранят, но и отслеживают, не попали ли они третьим лицам (29%). 30% опрошенных утверждают, что, к сожалению, определить этого вовремя не удалось.

Среди мер, которые предпринимают пользователи Интернет в результате совершения кибератаки, 82% определяют смену пароля для аккаунтов и звонков в банк для своевременной помощи и сохранения финансовых средств (36%). Учитывая, что большинство атак направлены на социальную сеть VK, смена пароля личной страницы оказывается одной из эффективных мер, как для предотвращения атаки, так и после ее совершения, которой могут воспользоваться респонденты.

Несмотря на попытки респондентов защитить свои данные, киберпреступность продолжает ежегодно расти, и респонденты осознанно признают, что в утечках персональных, личных и конфиденциальных данных виноваты лично они (57%), а также непосредственно хакеры (56%), которым достаточно трудно противостоять.

Главная ошибка, по их мнению, заключается в низкой информированности о социальных технологиях как способе кибермошенничества (83%), а также чрезмерной активности в цифровой среде (49%) и безответственности к угрозам манипулирования (35%).

Оценка социальных технологий как инструмента кибермошенничества

Анализируя оценку социальных технологий как инструмент кибермошенничества, обратимся к индексу этого показателя, диапазон которого находится в пределах от -1 до $+1$. Значение индекса составило $-0,86$, что говорит о негативном отношении респондентов к явлению. Если рассматривать индекс в разрезе полового признака, то у мужчин наблюдается менее отрицательное отношение (у мужчин индекс составляет $-0,8$, а у женщин $-0,91$).

Оценивая средства, обеспечивающие информационную безопасность личных, персональных и конфиденциальных данных, 70% опрошенных отдают предпочтение программным – это антивирусное ПО, межсетевые экраны, средства обнаружения атак и многое другое. Также 62% утверждают, что обеспечивать защиту должны правовые средства, т.е. те, что основываются на действующих в Российской Федерации законах, гарантирующих права и обязанности участникам при работе с информационными ресурсами. При этом, лишь 9% респондентов реально обращаются в правоохранительные органы для решения проблемы, связанной с утечкой данных. Из этого можно вывести несколько предположений: во-первых, по мнению, респондентов законодательство РФ в области информационной безопасности находится не на достаточном уровне для обеспечения реальной защиты; во-вторых, существует недостаточная возможность реальной поимки кибермошенников и возвращения денежных

средств; в-третьих, респонденты понимают, что в утечке данных виноваты лично они, и правоохранительные органы не смогут помочь в данной ситуации; и в-четвертых, сумма денежных средств настолько мала, что не стоит потраченного времени на судебные разбирательства и поимку кибермошенников.

Немалую роль в исследовании играет мнение респондентов о том, кто должен предусматривать сохранность персональных данных пользователей социальных сетей и Интернет-ресурсов. 48% опрошенных утверждают, что лично они должны отвечать за сохранность данных. Еще 30% обращают внимание на органы власти, которые занимаются обеспечением информационной безопасности на территории РФ.

Заключение

Механизмы обеспечения безопасности данных сегодня активно изменяются и совершенствуются, благодаря чему у пользователей возникает иллюзия полной безопасности нахождения в сети Интернет. Однако человека потенциально подстерегают множество киберловушек – фишинг, троянские программы, ссылки на мошеннические сайты и т.д. Развитие Интернета настолько стремительно, что имеющиеся исследования информационных технологий, программного обеспечения и разработок в сфере защиты информации за короткий срок утрачивают актуальность. Вместе с тем специалисты, контролирующие оборот информации, не всегда оказываются ответственными и добропорядочными. В таких условиях актуальными задачами становятся исследование социальных технологий, применяемых киберпреступниками в отечественном Интернет-пространстве.

Преступления в цифровой среде обретают разнообразные формы. Во-первых, это кибератаки, направленные на сети и устройства пользователей (ботнеты, вирусы, вредоносные программы и т.д.); во-вторых, преступления с применением технических устройств (социальная инженерия, фишинговые письма, кибер-сталкинг, кража онлайн-личности). При этом схемы киберпреступлений, совершаемые посредством социальных технологий, остаются одними и теми же на протяжении последних десятилетий, в то время как кибероборона и иные практики обеспечения информационной безопасности не дают нужного эффекта.

Согласно гипотезе, специфика отношения активных пользователей Интернет к социальным технологиям как инструменту кибермошенничества проявляется в низкой степени информированности о способах воздействия, в наличии технического образования у пользователей социальных сетей и Интернет-ресурсов, в возрастной категории пользователей (наиболее подверженными технологиям манипулирования являются подростки и пожилые люди). Исследование показало, что специфика отношения проявляется и в низкой степени

информированности о способах манипулирования (83%), но не проявляется в возрастной категории пользователей и наличии технического образования, поскольку оно не повлияло на большое количество кибератак (в большинстве случаев это от 2 до 3 кибератак).

Библиографический список:

1. Гаврилова Ю. В. Деструктивные социальные технологии в Интернет-пространстве: мировой опыт / Ю. В. Гаврилова, А. В. Тонкошкурова // Социально-гуманитарные знания. 2023. № 4. С. 51-57.
2. Гаврилова Ю. В. Ментальность в контексте взаимодействия социальной и виртуальной реальностей // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 2. С. 82-93.
3. Горбачев А. В. Психологические основы социальной инженерии / А. В. Горбачев, Е. В. Котенко // Обзор.НЦПТИ. 2021. № 3. С. 53-57.
4. Митник К. Искусство обмана / К. Митник, В. Саймон. М.: ДМК Пресс, 2006. 124 с.
5. Орлова И. Б. Социальные технологии и социально-этическая экспертиза инноваций // Вестник Российской академии наук. 2018. Т. 88, №4. С. 333-340.
6. Куликов Д. Опасность социальной сети Вконтакте для пользователей [Электронный ресурс] // Дзен: Издательская платформа компании Яндекс. Режим доступа: <https://dzen.ru/a/YhdI3iCDrhLKBYgT> (дата обращения 12.04.2023).

Tonkoshkurova A.V. Trends of application of social technologies in cyberspace

The article examines one of the global problems of the digital environment – the use of social technologies to manipulate users of social networks and Internet resources. The main reason for this problem is that in the conditions of active development of information technologies, information dependence is formed concerning people involved in the production, storage and use of information during information interaction. It generates a number of social transformations, forming new types of risks, challenges and threats, such as information wars, information weapons, information terrorism, information crime, changing and social technologies of influence on Internet users. All this determines the relevance of studying the attitude of the population to social technologies of manipulating users of the digital environment in order to identify the causes of their vulnerability to cyber attacks.

Keywords: digital environment, social technologies, social engineering, information security, cybercriminals, phishing, viral links, Trojan horse, reverse social engineering.

УДК 323.2

А. О. Чжен

**Политический троллинг в социальных сетях как инструмент консолидации и
разобщения**

Аннотация:

В работе исследуется политический троллинг как активный и систематический метод распространения провокационной информации или дезинформации в политических целях с акцентом на его использовании в ходе избирательных кампаний. Политический троллинг способствует достижению наибольшего успеха в борьбе за власть, поскольку использование неформальных каналов коммуникации с аудиторией приводит к формированию специфической мифологической системы. В качестве теоретического фреймворка для исследования политического троллинга предложена теория общества спектакля Г. Дебора, позволяющая провести анализ процесса формирования на основе протестных настроений. Особое внимание уделяется действиям кандидатов в президенты, выступающих главными инициаторами политического троллинга.

Ключевые слова: политический троллинг, общество спектакля, социальные сети, политическая мифология, избирательные кампании, дезинформация.

Об авторе: Чжен Артем Олегович, МГТУ им. Н. Э. Баумана, магистрант факультета Социальных и гуманитарных наук; эл. почта: roll.work@list.ru

Научный руководитель: Багдасарян Надежда Гегамовна, МГТУ им. Н. Э. Баумана, доктор философских наук, профессор факультета Социальных и гуманитарных наук; эл. почта: ngbagda@mail.ru

Социальные сети стали неотъемлемой частью современной жизни и активно используются политическими акторами в качестве неформального канала коммуникации с широкими массами. Одним из главных трендов среди политиков стало ведение личных блогов как ключевого инструмента взаимодействия с избирателями без посредников. Если

для появления на телевидении или радио политическому деятелю требуется провести студийную и программную подготовку, то в социальных сетях его возможности ограничиваются лишь функционалом платформы и ее правилами. Правда, стоит учесть, что в таком случае успех самопродвижения будет зависеть от того, насколько адекватно была выбрана коммуникационная стратегия.

Троллинг как метод распространения провокационной информации

Практически все крупные политики используют блоги для закрепления своего архетипического образа. И они почти никогда не выходят за рамки нормативного коммуникативного поведения. Однако в истории известны случаи, когда нарушение социальных правил приводило к политическому успеху – победе на президентских выборах. Ярким примером выступает предвыборная кампания Д. Трампа. Политик выступил в роли лидера политических троллей, откровенно высмеивающих своих противников и устоявшиеся общественные принципы с помощью социальных медиа, которые, как полагают некоторые аналитики, и привели его к успеху. Используя иронию как средство защиты и умело манипулируя протестными настроениями, занимаясь провокациями, политик не оставил и шанса своим конкурентам, которые были не готовы противостоять такой технологии продвижения.

Изучением столь нестандартного коммуникативного поведения посвящено немало материалов. Например, Ю. Н. Шинтарь рассматривает понятие «троллинга» как феномена современности и вида коммуникативного отклонения, а В. Т. Станислав отмечает, что он служит средством провокации в пользу интересов «троллей» [10; 7]. Аналогичное утверждение можно найти и у А. В. Глухой, рассматривающей «троллинг» как современную форму провокации, которая, в свою очередь, выступает методом ведения политической борьбы [2].

Основываясь на обозначенных исследованиях, представим троллинг как метод активного и систематического распространения провокационной информации или дезинформации в политических целях. Представляется, что политический троллинг позволяет достигнуть наибольшего успеха в борьбе за власть, поскольку активно использует неформальные каналы коммуникации с аудиторией и создает подобие мифологической системы вокруг инициатора троллинга, который в результате становится центром «кристаллизации» политического интернет-сообщества. Подобная оптика политического троллинга отсылает нас к теории «спектакля» Г. Дебора. При этом,

выяснение характера и его распространения в социальных сетях помогают осуществить современные теории маркетинга.

В 2016 г., бизнесмен и шоумен Д. Трамп участвует в качестве кандидата на 58-х выборах президента США. В американском обществе он уже имел сформированный образ телезвезды, как частый участник разных передач для среднего класса. Например, ему довелось исполнить более 20 эпизодических ролей в сериалах и фильмах, а также стать ведущим проекта «The Apprentice» на протяжении 14 сезонов [19]. В рамках своей коммуникационной стратегии Трамп не стал отрекаться от прошлого, но, напротив, использовал его потенциал. Свои выступления он превратил в сольные шоу, где было место и юмору, и серьезным темам, а его популярные аккаунты в социальных сетях стали источниками постоянных скандалов.

Согласно исследованию Л. Перри и П. Джойс из Колледжа Ютика, посты, сделанные Трампом со дня объявления номинации до дня инаугурации, в половине случаев являются восклицанием (59%), около 50% из них содержат негатив, а каждый пятый сделан «капсом» (набран заглавными буквами). Будущий президент США старался использовать протестные настроения, превращая недовольных действующей системой в своих последователей за счет публичной демонстрации недовольства. Согласно данным New York Times, с 2016-го по 2019-й гг. Трамп оскорбил в своем личном блоге около шестисот людей, мест и вещей [17]. В критике оппонентов он не стеснялся в выражениях и раздавал им прозвища: например, своего соперника от республиканцев Т. Круза он называл «Lyn' Ted», а оппонента от демократов Х. Клинтон – «Crooked Hillary» [16].

Благодаря игре на эмоциях избирателей, а также частом фигурировании в СМИ, Трамп стал центром притяжения внимания. Согласно исследованию Д. Сайдса, чем больше в новостных сюжетах уделяют времени кандидату, тем быстрее растет его рейтинг [20]. Неудивительно, что Трамп оказался лидером предвыборной гонки, ведь он был единственным кандидатом, которого узнали опрошенные [4]. Можно с уверенностью сказать, что он выиграл борьбу за коммуникативное лидерство. Однако стоит заметить: Трамп активно создавал вокруг себя некое подобие мифологии, в рамках которой он становился героем, борющимся со злом. Важно понимать, что ранее упомянутые прозвища использовались им неоднократно, с помощью них обозначаемый человек занимал определенное место в картине мира кандидата – место верного союзника или же, напротив, врага.

Ретрансляция мировоззрения Трампа на широкую аудиторию, а также свойственная ему простота изложения мысли, привели к возникновению такого феномена как Qanon [13]. Эта теория заговора, появившаяся на имиджборде 4chan, утверждает, что миром, как и правительством США, правит группа влиятельных педофилов, поклоняющихся дьяволу. В ее состав входит, например, Х. Клинтон и Б. Обама, Дж. Сорос и другие известные личности [6]. Им противостоит Д. Трамп, которого якобы завербовали военные генералы с целью победить на выборах 2016 г. и разрушить «глубинное правительство». Во время президентского срока Трампа эта теория пользовалась широкой популярностью, а ее приверженцы тщательно изучали посты президента и искали в них скрытое послание. Сторонники поддерживали его в рамках выборов 2020 г., а 89 кандидатов, баллотировавшихся в Конгресс США, одобряли или верили в эту теорию [11].

Сам же Трамп, по всей видимости, осознавал пользу, которую приносит ему эта теория, а потому косвенно поддерживал сторонников QAnon [21]. Так, согласно данным mediamatters, экс-президент около 260 раз способствовал ее популяризации [12]. При этом близкая связь Трампа и конспирологов прослеживалась еще во время избирательной кампании. В частности, он посещал передачу А. Джонса «InfoWars», в который рассказал о своих политических взглядах [15]. Более того, он сам распространял данные о том, что Б. Обама – мусульманин, родившийся в Африке, что вакцины вызывают аутизм и др. [18]. Доказательств этим словам предоставлено не было, из-за чего их можно считать дезинформацией.

Следует упомянуть другую теорию, предшествующую появлению QAnon – Pizzagate. За месяц до выборов, WikiLeaks произвела утечку электронных писем Дж. Подесты, председателя предвыборного штаба Х. Клинтон, в которых содержалось частое упоминание слова «пицца». Это слово приняли за часть тайного языка педофилов. В конечном итоге, благодаря распространению фейковых новостей, вооруженный мужчина вторгся в пиццерию «Комета», где якобы должны были происходить зверства над несовершеннолетними. Однако ему не удалось обнаружить следов преступления, после чего он сдался полиции [14]. Несмотря на это, связь между Х. Клинтон и гипотетическим педо-лобби с помощью медиа сохранилась в массовом сознании.

Согласно материалу РИА Новостей, македонским школьникам удалось даже создать фабрику фальшивых новостей [1], которые распространялись посредством

социальных сетей. Как отмечают авторы незаурядного проекта, у них не было цели писать лишь о Трампе, однако только новости о нем привлекали широкое внимание. Таким образом, политический троллинг одновременно возносит инициатора и дискредитирует объект троллинга. Избрание, правление и даже уход с поста¹ сопровождались мифом о спасительной роли Трампа и его борьбе с регуляторами и тайными силами. Политический троллинг не просто позволил привлечь внимание общественности, но и удерживал его за счет создания целостной мифологии, которая набирала силу благодаря постоянному воздействию через медиа.

Вместо заключения. Сценарий в соответствии с теорией «общества спектакля» Г. Дебора

Попробуем разобраться с тем, по какой причине политический троллинг может стать серьезным инструментом в руках политиков, позволив им не только привлечь к себе внимание, но и организовать вокруг крепкое движение сторонников. Обратимся к работам Г. Дебора и его теории «общества спектакля». Спектакль предстает «общественными отношениями между людьми, опосредованными образами» [5]. Целостное понимание мира нарушено, а его части становятся нагромождением представлений. В спектакле существует все то, что люди хотели бы видеть – злодеи, герои и правила: «это видение мира, вдруг ставшее объективным» [3]. Сам же современный человек выступает лишь в роли зрителя, лишено рычагов давления, оказывающегося перед выбором – согласиться с предлагаемой реальностью или игнорировать ее: «реальность, рассматриваемая по частям, является к нам уже в качестве собственной целостности, в виде особого, самостоятельного псевдо-мира, доступного лишь созерцанию. Все образы окружающего мира собрались в самостоятельном мире образов, насквозь пропитанном кичливой ложью» [9].

Люди исходят из стереотипов и образов, созданных медиа, и подчиняют свою жизнь логике спектакля. В свою очередь, это приводит к появлению товарного фетишизма, который «доводит людей до состояния нервной лихорадки, чем мало отличается от религиозного фетишизма былых времен» [8]. Спектакль формирует чувство удовлетворения и принадлежности. Учитывая, что производимый кандидатами в

¹ Речь идет о захвате Капитолия США в 2021 г. с целью отменить итоги выборов. Результатом выборов стала победа оппонента Трампа – Дж. Байдена.

президенты контент и сам политический троллинг выступают товарами, становятся понятны причины и последствия его распространения. Наличие медийного виртуального образа, драматургии вокруг него, частого попадания в новостную повестку – иначе говоря, разыгрывание спектакля, лежит в основе предвыборной гонки.

Таким образом, политический троллинг позволяет достигнуть успеха благодаря использованию неформальных каналов коммуникации с аудиторией посредством социальных сетей, и создает вследствие этого специфическую мифологическую среду, позволяющую надолго удерживать общественное внимание. Распространяемый инициаторами троллинга (в частности, кандидатами в президенты) контент выступает товаром и частью общего «спектакля». Политический троллинг одновременно консолидирует и разобщает общество на основе принятия пропагандируемого им мифа.

Библиографический список:

1. Андрей Веселов: Фабрика фейков. Как македонские школьники «избрали» Трампа президентом США. [Электронный ресурс] // РИА Новости. Режим доступа: <https://ria.ru/20170925/1505229465.html?ysclid=lkf8pkj1wd2981502> (дата обращения: 21.07.2023)
2. Глухова А. В. К вопросу о роли провокации в политике // Власть. 2016. №3. С. 92-96.
3. Дебор Г. Общество спектакля. М.: Опустошитель, 2020. 280 с.
4. Косяков В. Е. Особенности избирательной кампании Д. Трампа [Электронный ресурс] // Вестник ПАГС. 2017. №1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-izbiratelnoy-kampanii-d-trampa> (дата обращения: 24.07.2023).
5. Мещерякова Л. Ю. «Общество спектакля» Ги-Эрнеста Дебора: основные положения и теоретические предпосылки концепции / Л.Ю. Мещерякова, Е.В. Мельшина // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2004. №1. С. 33-40.
6. Семен Башкиров: Во что верят сторонники QAnon и откуда взялась эта теория заговора [Электронный ресурс] // РБК Тренды. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/61f269939a79476e1b2ed802> (дата обращения: 24.07.2023).

7. Станислав В. Т. Троллинг как форма провокации в Интернет-пространстве // Известия СПбГЭУ. 2020. №5 (125). С. 213-218.
8. Степанова И. Н. Спектакль как форма детерминации социального поведения в концепции Ги Э. Дебора // Вестник Курганского государственного университета. 2015. №5 (39). С. 83-85.
9. Хорольский В. В. Теория массовой коммуникации и теория журналистики: нераздельное и неслиянное (эссе) // Вестник ВГУ. Серия: Филология. журналистика. 2007, № 2. С. 228-239.
10. Шинтарь Ю. Н. Политический троллинг как коммуникативная девиация в сети // Форум молодых ученых. 2017. №4 (8). С. 782-785.
11. Alex Kaplan: Here are the QAnon supporters running for Congress in 2020 [Electronic resource] // Media Matters for America. Available at: <https://www.mediamatters.org/qanon-conspiracy-theory/here-are-qanon-supporters-running-congress-2020> (accessed date: 24.07.2023).
12. Alex Kaplan: Trump has repeatedly amplified QAnon accounts. The FBI has linked the conspiracy theory to domestic terror [Electronic resource] // Media Matters for America. Available at: <https://www.mediamatters.org/twitter/fbi-calls-qanon-domestic-terror-threat-trump-has-amplified-qanon-supporters-twitter-more-20> (accessed date: 24.07.2023).
13. Byron Spice Most Presidential Candidates Speak at Grade 6-8 Level [Electronic resource] // Carnegie Mellon University. Available at: <https://www.cmu.edu/news/stories/archives/2016/march/speechifying.html> (accessed date: 24.07.2023).
14. Gregor Aisch, Jon Huang and Cecilia Kang Dissecting the #PizzaGate Conspiracy Theories [Electronic resource] // The New York Times. Available at: <https://www.nytimes.com/interactive/2016/12/10/business/media/pizzagate.html?searchResultPosition=1> (accessed date: 23.07.2023).

15. InfoWars: Alex Jones Interviews Donald Trump [Electronic resource] // Youtube «Factbase Videos Channel». Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=4LeChPL0sLE> (accessed date: 22.07.2023)¹.

16. James Gordon Donald Trump Retired Crooked Hillary nickname in favor beautiful Hillary but will now focus on Biden [Electronic resource] // Daily Mail Online. Available at: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-12023329/Donald-Trump-RETIRED-Crooked-Hillary-nickname-favor-beautiful-Hillary-focus-Biden.html> (accessed date: 22.07.2023).

17. Jasmine C. Lee, Kevin Quealy. The 598 People, Places and Things Donald Trump Has Insulted on Twitter: A Complete List [Electronic resource] // The New York Times. Available at: <https://www.nytimes.com/interactive/2016/01/28/upshot/donald-trump-twitter-insults.html> (accessed date: 23.07.2023).

18. Maggie Haberman. Even as He Rises, Donald Trump Entertains Conspiracy Theories [Electronic resource] // The New York Times. Available at: <https://www.nytimes.com/2016/03/01/us/politics/donald-trump-conspiracy-theories.html> (accessed date: 21.07.2023).

19. Media career of Donald Trump [Electronic resource] // Wikipedia. Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Media_career_of_Donald_Trump (accessed date: 24.07.2023)².

20. Sides John. Why is Donald Trump declining in the polls? The media strike again [Electronic resource] // The Washington Post. Available at: <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2015/09/29/why-is-donald-trump-declining-in-the-polls-the-media-strike-again/> (accessed date: 22.07.2023).

21. «They Like Me Very Much»: Trump Discusses The QAnon Conspiracy Theory Movement [Electronic resource] // NBC News NOW YouTube Channel. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=GNI553Np_k (accessed date: 24.07.2023)³.

¹ «РКН: сайт нарушает закон РФ».

² «РКН: сайт нарушает закон РФ».

³ «РКН: сайт нарушает закон РФ».

Chzhen A. O. Political trolling in social networks as a tool of consolidation and separation: how and what to explore?

The paper examines political trolling as an active and systematic method of spreading provocative information or disinformation for political purposes, with an emphasis on its use during election campaigns. Political trolling contributes to achieving the greatest success in the struggle for power, since the use of informal channels of communication with the audience leads to the formation of a specific mythological system. As a theoretical framework for the study of political trolling, the theory of the society of the spectacle of Guy Debord, which allows an analysis of the formation process based on protest moods. Particular attention is paid to the actions of presidential candidates who are the main initiators of political trolling.

Keywords: political trolling, performance society, social networks, political mythology, election campaigns, disinformation.

УДК 159.9

Г. М. Шавердян

Психопатология личности и проблема зла. Часть 2¹

Аннотация:

Проблема зла, практически игнорируемая специалистами в области психического здоровья, достойна самого пристального внимания и изучения, поскольку стигматизация патологических личностей во многом обусловлена проблемой ответственности (или безответственности) личности за свою болезнь, которая может не принимать содержательной формы. Статья нацелена на прояснение соотношения между патологией личностного развития и проблемой зла. Посредством феноменологического анализа нравственное содержание психики описывается как зависимое или независимое от целого ряда жизненно значимых детерминант. Проводится сравнительное исследование психологических особенностей *Homo abnormalis*, *Homo normalis* и *Homo moralis* с точки зрения проблемы добра и зла. Описывается генезис психических заболеваний в виде последовательной цепочки причин и симптомов, рассматриваемых в свете антропософии.

Ключевые слова: добро и зло, детерминация развития личности, патологическая личность, свобода, эгоизм, познание.

Об авторе: Шавердян Гаянэ Михайловна, доктор психологических наук, профессор, заведующий кафедрой клинической и социальной психологии Ереванского государственного университета, клинический психолог, психотерапевт; эл. почта: gms17@yahoo.com

Опыт общения с патологической личностью есть очная ставка психолога с собственным злом. Потеря или снижение интереса к другому и к миру есть все та же комбинаторика суждений с той лишь разницей, что у патологической личности они однополюсны, а у личности «в норме» каждое суждение одновременно может переходить

¹ Продолжение. Начало см. Вестник государственного университета «Дубна». Серия «Науки о человеке и обществе». № 2. 2023.

в свою противоположность. Это, по мнению А. Гутгенбуль-Крейга, есть «основной парадокс психологии», выраженный К. Г. Юнгом в следующей формулировке: «Психологическое выражение может быть названо верным лишь в том случае, если подтверждается его противоположность» [3].

Противоположности придают мышлению динамику, ориентированы на становящееся, а не ставшее, обеспечивая временные подвижки, когда личность получает шанс следовать призыву Иоанна-предтечи: «Переменитесь!». Когда же патологическая личность бросает в лицо окружающим *я – такой и точка*, она закрывает все пути к изменениям во времени, по сути, отвергая преображение, а уверенность, что всякое изменение бессмысленно и бесполезно, порождает деструкцию, регрессию и продуцирует отчаяние. В определенном смысле это – шаг назад к язычеству, отрицающему христианское развитие. Отказываясь войти в резонанс со временем, разделив его на три части, где будущее не осознано, прошлое осознано частично, а настоящее дает возможность осознанности, человек останавливает время, и оно мстит ему, исчезая вовсе.

Где времени нет или где время находится вне правильного течения? В бессознательном, со своим отсутствием последовательности и хаотическим смешением симпатий и антипатий, соотношений внутреннего и внешнего. Психотик принимает внутреннее за внешнее и не справляется с развитием, потому что не допускает альтернативы. Он «пребывает в истине», не допуская мысли, что именно эта истина – его незримый противник. Признав ее противником, он будет вынужден обрести самосознание и взять на себя вину и ответственность; допустить альтернативу, и вместе с ней применить творческий элемент и юмор; наконец, усилить сознание до того, чтобы оценить свои мысли, чувства и поведение как зло.

Не существует и не может существовать никакого пошагового руководства по опознанию зла до тех пор, пока бессознательное сильнее сознания. «Бессознательные содержания сильны в той мере, – отмечал Юнг, – в какой сознание и его функции страдают от слабости» [10]. Это как нельзя выгодно самому злу, затаенному и скрывающемуся под различными масками, в том числе под маской добра («сегодня я дьявол», – говорит психотик; «я – до ненормальности добрая», – говорит страдающая конверсионным расстройством личность со своим желанием всечеловеческого блага и акцентированием вселенского сочувствия и пр.). «Мы приходим к пониманию того, – пишут в выводах своего исследования Р. Дальке и Т. Детлефсен, – что в утверждении «зла

не существует» заключена основа, на которой зиждется зло... Если слово «зло» кажется нам несколько старомодным, тогда, говоря современным языком, мы могли обозначить его, как «чью-то волю», которая препятствует человеку действовать из его собственного Я» [4].

В отношении проблемы добра и зла можно наметить три парадигмы в зависимости от уровней сознания и самосознания и развития индивидуальности – *Homo abnormalis*, *Homo normalis* и *Homo moralis*.

1. Патологическая личность (*Homo abnormalis*) характеризуется максимой: «зло все, что не я», крайним эгоизмом и индивидуализмом, полным отсутствием индивидуальности или уровня индивидуации по Юнгу. Сознание, самосознание и соотношения внутреннего и внешнего нарушены, нет субъект-объектных отношений, сфера бессознательного максимально активна. Психика не соответствует трем универсальным критериям психического здоровья: критерию меры, времени и места (ситуации). Мышление *Homo abnormalis* отмечается рассудительностью, механической комбинаторикой, непониманием становящегося и альтернативы, «стоп-краном» в развитии, дискретностью и автоматичностью мыслей, отрицанием познания и проблемами в образовании.

В эмоциональной сфере наблюдается широкий разбой – от аффективных приступов до эмоциональной тупости; при галлюцинациях образы возникают спонтанно, неконтролируемо и носят принудительный характер, причем переживание идет вслед за образом как результат; наконец, отсутствует чувство юмора, разбавляющего свинцовую тяжесть переживаний. В воле: гипобулия, парабулия или абулия. В поведении основание поступков исходит из архаического бессознательного, произвольного или насильственного следования влечениям, но чтобы им следовать, остается лгать себе и манипулировать другими. Такая личность не способна к ответственности. Она предсказуема, несвободна и делит людей на себя и всех остальных.

2. Условная норма (*Homo normalis*). Основная максима: поляризация добра и зла, дьявола и Бога, эгоизм или альтруизм, социальность, перемежающаяся с асоциальностью, индивидуализм или следование этическим нормам группы. В трехсторонних отношениях «индивид-личность-индивидуальность» уклоняется в сторону личности. Обладает разными уровнями развития сознания и самосознания, способна к изменениям и имеет шанс до-измениться до индивидуальности.

В мышлении *Homo normalis* демонстрирует рассудочность и комбинаторный ум с «вкраплениями» разумности, а в подавляющем большинстве случаев – избегание образов и образного мышления. Его эмоциональная сфера относительно умеренна, а в области воли заметно следование объективным или социальным детерминантам. Основаниями поступков выступают как религиозно-этические и альтруистические, так и узко эгоистические установки. Мировоззрение характеризуется атеизмом или теизмом, креационизмом или эволюционизмом, двойными аспектами детерминизма-индетерминизма, как ответственностью, так и безответственностью, свободой и несвободой.

3. Нравственный человек (*Homo moralis*). Основная максима: отметание внешних (социализационных нормы и долженствований, социально-нравственных или религиозных авторитетов) и внутренних (индивидуально-типологических и бессознательных) мотивов для принятия решения, за исключением идейного содержания (понятийной или моральной интуиции) как единственного мотива поступка. Через самостоятельно добытую идею поступок становится исключительно «своим», индивидуальным, само-сотворенным. Если отдельно взятое индивидуальное приводит к изоляции и разделению, а отдельно взятый моральный импульс – к невротическим механизмам интроекции и ретрофлексии, то взятые вместе они составляют этический индивидуализм, осуществляемый свободно, где импульс действия – не случайный инсайт, а сообразный ситуации сущностный смысл.

Homo moralis характеризуется укрепленной концентрацией и медитацией сознания и самосознания, разумностью и сведению к минимуму участия бессознательных содержаний. Человек избавлен от того, чтобы просчитывать бесчисленные комбинации обстоятельств и витки спирали времени. Мышление живое, подвижное, проникнутое волей, протекающее в контролируемых образах с последующим постижением смысла образов и проживанием сущности вещи или человека без деления на субъект и объект, извлечением духовной сущности из любых проявлений или феноменов. Человек обладает тягой к творчеству и юмору. В сфере эмоций демонстрирует всеобъемлющую любовь и исключает себялюбие, образ возникает вследствие переживания, а не наоборот (как при галлюцинациях). Мировые интересы воспринимает как личные. Вместе с тем характеризуется индивидуальностью и ответственностью, непредсказуемостью и свободой.

Общее между больной и свободной личностью (в духовно-научном ракурсе рассмотрения) заключается в отсутствии границ между «Я» и внешним миром, в выходе в мир духовных сущностей. Разница же – в уровне прозрения того, что есть духовный мир, в просветлении сознания и самосознания, в «истинах», которые они несут, и главное – в способах их достижения. Личность, видящая образ при имажинативном (*imago* – лат. образ) познании, знает, что образы с точки зрения обычного чувственно-рассудочного познания не реальны, но выступают образом действительности, тогда как психотик принимает галлюцинацию за реальность.

Проделав простейший эксперимент, мы выясним, что два и более «ясновидящих» человека в отношении одного объекта опишут схожий образ, но два и более психотика увидят совершенно разное. Кроме того, исключая религиозный фанатизм, патологическая личность всех регистров демонстрирует ненависть различной степени к божественному – от презрения до свирепости (вспоминается случай молодого шизофреника, скупающего библии и сжигающего их в ванной комнате). В средние века это посчитали бы проделками дьявола, однако К. Юнг и Дж. Хилман объясняют это тем, что боги, оракулы и мистерии интериоризовались в патологическую психику и нашли убежище в учебниках по клинической психологии. Над дверью дома, где жил и работал Юнг, было вырезано: «Званный и незванный, Бог здесь».

В жизни патологических личностей отсутствует значимый другой, что в немалой степени позволяет нормальному человеку избежать дрейфования между ненавистью и страхом, способствует сакрализации страдания, несколько облегчающего ношу, но полностью отсутствующего при патологиях. Человек, способный на свободный поступок, отмечен еще одной особенностью: он не религиозен в обычном понимании, но его чисто индивидуальное волевое решение счастливым образом совпадает с божественной волей. В себе самом он находит Того, кого ищут, вскидывая взгляды вверх, ибо юнгианский призыв «жить из «Я» осуществляется здесь во всей полноте.

Очевидно, что нравственность так называемой нормы пролегает посередине между свободой *Homo moralis* и несвободой *Homo abnormalis*. В ряде множества проблем *Homo normalis* одна видится врачу Р. Дальке и психологу Т. Детлефсену наиболее острой: человек не может выпутаться из хитроумной ловушки, которая представляет собой противопоставление Бога и дьявола, добра и зла, порождающей вину и грех [4].

«Грех, – пишут они, – не один полюс какой-то шкалы, грех – это сама полярность. Следовательно, избежать греха невозможно, любое действие человека греховно само по себе. Превратив дьявола в противника Бога, незаметно для себя люди втянули в поляризацию и самого Бога. ... Бог един, в нем объединены и неразрывно связаны все, включая Добро и Зло. Дьявол же суть полярность. Неактуализированный полюс никуда не исчезает. Он настигает самые благородные души, чаще всего тогда, когда этого никто не ожидает. Если вы намеренно приближаетесь к Добру, то Зло автоматически приближается к вам. ... Инструмент, необходимый для объединения противоположностей, называется любовью, которая заключается в том, что человек раскрывается и впускает в себя нечто, раньше считавшееся внешним. Любовь стремится к преодолению раздвоенности» [4].

Но на чем зиждется эта любовь? Что, если не любовь, есть индивидуально постигнутая нравственная цель, принятая как истина, достигнутая многочисленными победами над собой? Эмерсон, отмечая одаренность Э. Сведенборга нравственной прозорливостью, обращается к пониманию им соотношения истины и любви: «*Любишь ли ты меня?* – значит: видишь ли ты ту же истину? Если да, – мы счастливы одинаковым счастьем. Но вот один из нас доходит до умозрения новой истины, – мы расходимся, и никакие силы в мире не могут удержать тогда одного возле другого. О, знаю я, как сладостна эта чаша любви: ты живешь для меня, я – для тебя! Но это не что иное, как ребяческое пристрастие к игрушке...» [8].

Что касается противоположностей, то человек и вправду не выпутается из отмеченной ловушки, пока не вникнет в антропософское положение о мышлении не в двоице Бог–дьявол, Христос–антихрист, а в троице: два противоположных демонических существа или супостата, между которыми импульс Христа в человеческих душах держит равновесие¹. Один из этих супостатов, Люцифер, склоняет психику к патологическому отрыву от реальности, к мистически-туманным воззрениям и переживаниям, другой – Ариман, пригибает ее, вдавливая в сухую расчетливость земного, провоцирует ее заниматься абстрактной наукой, из которой выжаты жизненные силы, зачинателем которой оказывается он сам (он также генерирует соматические болезни).

¹ В хранилище древних рукописей (Матенадаран) находится миниатюра неизвестного художника с изображением двух звероподобных существ (черного и красного) по обе стороны весов, между которыми архангел Михаил с трудом удерживает равновесие.

Психическое равновесие одновременно обламывает крылья у мечтательного «летающего и светящего дракона», а козлоногий господин сухой рассудочности «скидывает свои копытца». В психологии эти духовные сущности выступали под разными именами (демонический *self*, *комплекс*, *двойник*, *Тень*, *дублер* и пр.), но были неразличимы и не опознаны в своих намерениях. Разоблачение их намерений проливает свет на многие загадки психологии и психотерапии и со всей определенностью констатирует, что уже не «чья-то воля препятствует человеку действовать из его собственного Я», на что указывали Р. Дальке и Т. Детлефсен, а конкретная воля с конкретными замыслами в отношении конкретного человека и человечества в целом [4].

Вопрос о том, почему действие отмеченных сил выборочно в случае психической болезни, отсылает к драматичной ситуации, при которой медики приходят в отчаяние от того, что не находят точных соматических маркеров психической болезни (при уверенности скрытости причин в физическом теле, ведь иначе ни один нейролептик не приводил бы больного к ремиссии). Бесплодность этих попыток привела к тому, что соматические данные все меньше стали интересовать психиатров и клинических психологов. Не случайно, что в клиниках эти симптомы называются «параклиническими», т.е. «околоклиническими».

Так, если «организация Я», которая должна быть скована органами физического тела, этими органами не удерживается, то «Я» самоустраниется и «расковывается», вследствие чего «демонически заражается» и, подобно раковым клеткам в физическом организме, ведет в психике автономную жизнь. Подобные догадки приводит Юнг, говоря об автономной жизни «комплекса»: «Примечательно, что материализм так мало знает как раз о материи. Он совершенно ничего не знает о ее действии, потому что мы об этом кое-что узнаем, только если принимаем во внимание духовность, действующую в материи в виде разного рода сил» [9].

Надо обладать смелостью Т. Саса, чтобы вообще поставить под сомнение реальность психического заболевания на том простом основании, что нельзя наблюдать, что при этом происходит с психикой. Не случайно, что именно ему принадлежит известное изречение: «Ясное мышление требует мужества, а не интеллекта» [5]. Психическое заболевание, по его мнению, – языковая игра, «в нем нет здравого смысла». Познание этих взаимоотношений не только не ведет к размежеванию духовно-научных и естественнонаучных (медицинских) изысканий, а обогащает, осмысляет и развивает

последние: «Если у естествоиспытателя нет двойного стандарта, – писал Р. Штайнер, – он должен прийти от природы к духу» [6].

Аналогично обстоит дело и с накопленным опытом психологии и психотерапии, который обогатился бы, если хотя бы часть специалистов в этой области непредвзято восприняла духовно-научные истины и вместо деклараций на тему холистического подхода заявила бы о подлинном холизме. Здесь мало чем поможет и психосоматика со своей упрощенной интерпретацией сложных коррелятов психики и сомы, и последующим морализаторством, поскольку, если и могут быть здесь движения в сторону нравственного, то только на основании знаний, включающих волевой элемент, непосредственно влияющий на тело. Однако психосоматика сломала стереотип врача о том, что идеальный пациент – не больше, не меньше, чем труп, – без переживаний, поведенческих проявлений и биографии. Отметим, что психосоматика все более обретает самостоятельное движение, подводящее ее к кармическим истолкованиям психосоматических соотношений.

Мы отметили роль аномалий в органах физического тела в патогенезе психических болезней. Речь идет, как говорил Юнг, не о «запутавшемся в своих фикциях эго», а «объективном «Эго», которое он обозначал как Самость, несущую «болезненное ощущение двойственности внутренней природы». «Самость как таковая, – пишет Юнг, – наличествует вне времени и предшествует всякому рождению. Это не метафорическое утверждение. Такова психическая реальность» [10].

Но реальность также в том, что карма относится не только к «из-за», но и «для». Если оказаться столь малодушным и сделать остановку на том, что психическая болезнь и связанные с ней страдания возникают из-за кармических долгов, мы, подобно депрессанту, увидим только прошлое. Но «что-то важное должно воспоследовать» в будущем, – именно в посмертном существовании душа должна исполниться силой противоположных намерений, ибо «мудрое руководство позволило человеку стать злым», чтобы он «становился сильнее в ходе кармического развития» [7].

Опуская сложнейшие тонкости взаимоотношений духовно-душевного и телесного, отметим, что генезис психических заболеваний выстраивается в ряд: кармические причины – нарушения в физическом теле – доступ в психику люциферических духов или

сил – эгоизм и зло¹. Всей этой казуальной (casualis – лат.случайный) цепочки у человека, дерзнувшего быть свободным, нет. Есть и противоположная точка зрения: свобода – все, что взбредет на ум, а учитывая, что ум-то «сошедший» («сумасшедший»), то возникает логический казус, ибо какую свободу передвижения имеет машинист сошедшего с рельсов поезда?

По мысли Н. А. Бердяева, древний змий соблазнил человека свободой, поэтому «зло есть отпадение от абсолютного бытия, совершенное актом свободы» [1]. На примере психопатологии мы показали, что это как раз акт несвободы, ибо он не принадлежит человеку самому. Ни о какой свободе не может идти речи при Obsessii (*не хочу думать об этом, но думаю*), истерии (*хочу избежать конфликта, но не получается*), шизофрении (*хотел бы любить, но не понимаю, что это; не я убил, а воспользовались моей рукой и т.д.*), по слову апостола: «Не доброе, чего хочу, делаю я, а злое, чего не хочу, это я делаю» (Послание к римлянам, 7;19).

Твердо знать «чего хочу», т.е. чего хочет мое «Я» как «святая святых» моего существа, а не многочисленные мои нормальные или патологические *selves*, есть охрана от того, «чего не хочу» и поручительство за «отныне и навсегда». В приведенном выше интервью Б. С. Братусь приводит слова М. К. Мамардашвили: «Мы идем от свободы к свободе» [2]. Иначе говоря, мы идем от «чего не хочу, делаю» к «чего хочу, делаю». Первое можно назвать «свободой» притянuto и релятивно, второе – по существу и абсолютно. Следует взять на себя ответственность не проспать возрождающуюся истину собственной свободы.

Библиографический список:

1. Бердяев Н. А. Философия свободы. М.: Т8, 2018. 372 с.
2. Братусь Б. С. «Личность – это инструмент по различению добра и зла» [Электронный ресурс] // Психологическая газета. Режим доступа: <https://psy.su/feed/11193/> (дата обращения: 15.10.2023).

¹ Уместно упомянуть основоположника учения о бессознательном К. Каруса, постулировавшего идею, что нет разрыва между биологическим, психологическим и духовным, поскольку в совокупности они составляют природу или мир, а их разрыв определяется как болезнь.

3. Гуггенбюль-Крейг А. Благо сатаны. Парадоксы психологии. СПб: Библиотека аналитической психологии, 1997. 119 с.
4. Дальке Р. Болезнь как путь. Значение и предназначение болезней / Р. Дальке, Т. Детлефсен. СПб: «Весь», 2008. 256 с.
5. Сас Т. Миф душевной болезни М.: Академический Проект; Альма Матер, 2010. 421 с.
6. Штайнер Р. Антропософия и мистерии нового времени. Ереван: «Лонгин», 2008. 207с.
7. Штайнер Р. Здоровье и болезни. Основы теории чувственного восприятия. Ереван: «Лонгин», 2006. 432 с.
8. Эмерсон Р. Нравственная философия. Опыты. Представители человечества. Образ жизни. М.: «Амрита-Русь», 2021. 400 с.
9. Юнг К. Практика психотерапии. М.: «Издательство АСТ», 1998. 416 с.
10. Юнг К. Психология архетипа ребенка // Бог и бессознательное. М.: «Олимп», 1998. 480 с.

Shaverdyan G. M. Psychopathology of personality and the problem of evil. Part 2

The problem of evil, today almost ignored by specialists in the field of mental health, is worthy of the closest attention and study, if only because the stigmatization of pathological personalities is largely due to the fact that the problem of responsibility (or irresponsibility) of the person for his disease may not take any meaningful form. The article aims to clarify the relationship between the pathology of personal development and the problem of evil. Through phenomenological analysis, the moral content of the psyche is described as dependent or independent of a number of vital determinants. A comparative study of the psychological features of *Homo abnormalis*, *Homo normalis* and *Homo moralis* in terms of the problem of good and evil is being carried out. The genesis of mental illness is planned in the form of a consistent chain of causes and symptoms, considered in the light of anthroposophy.

Keywords: good and evil, determination, pathological personality, freedom, selfishness, awareness, unconscious.

УДК 316

И. А. Ишанов

Спорт и Олимпийские игры как политические факторы дипломатии

Аннотация:

В статье рассмотрены спорт и Олимпийские игры в качестве одних из ключевых инструментов дипломатии. Показано, как последствия влияния политики спровоцировали серьезные изменения в сфере спорта. Представлен анализ новых возможностей спортивной области в фокусе ее политического измерения. Спорт играет значительную роль на мировой арене и в вопросах взаимоотношений между государствами. В большинство сфер дипломатии спортивные игры внесли огромный вклад. С точки зрения политики, экономики и культуры спорт оказывается одним из главных образующих факторов благоприятной среды для налаживания международных связей в различных сферах деятельности.

Ключевые слова: спорт, Олимпийские игры, МОК, Олимпийское движение, дипломатия, политика, национальная идентичность.

Об авторе: Ишанов Иван Александрович, МГУ им. М. В. Ломоносова, магистрант факультета мировой политики; эл. почта: ishanov.ivan2014@yandex.ru

Научный руководитель: Багдасарьян Надежда Гегамовна, МГУ им. М. В. Ломоносова, доктор философских наук, профессор факультета мировой политики; эл. почта: ngbagda@mail.ru

Олимпийские игры имеют длинную и богатую историю, уходящую корнями в эпоху античности. Первые спортивные состязания проводились в Древней Греции в городе Олимпия и считались одними из самых престижных и значимых событий в древнегреческом мире. Уже во время проведения первой Олимпиады, состоявшейся в 776 г. до н.э., города-государства объявляли о перемирии, чтобы спортсмены могли безопасно добраться до места проведения игр и принять в них участие. Это было значимое

мероприятие для всей культурной и политической сферы, существовавшей тогда в Древней Греции. Первые дипломатические практики стали осуществляться и с целью исключения конфликтов в ходе проведения спортивных состязаний [2].

Важным этапом в жизни Олимпийского движения стал 1894 г., когда французский барон Пьер де Кубертен положил начало процессу восстановления древнегреческого наследия и создал Международный олимпийский комитет (далее – МОК) [8]. С этого момента спортивные игры начали проводиться на постоянной основе каждые четыре года, получив свой современный облик и окончательно интегрировавшись в область политики и дипломатии.

В XXI в. трудно переоценить роль Олимпийских игр и спорта вообще в формировании актуальной политической картины мира. Влияние на качество взаимоотношений стран, выстраивание дипломатических связей и подписание мирных договоров лишь подчеркивают весь потенциал проведения мероприятий подобного типа. Государства-организаторы Олимпиад на протяжении всей истории существования движения пользовались возможностью продемонстрировать зарубежным гостям достижения социальной, научной и технологичной сфер деятельности, выразить национальную идентичность, приобщая людей к своей культуре и традициям, использовать различные методы культурного и дипломатического общения с целью установления новых дружеских контактов и расширения зоны влияния [1].

Спорт и его дипломатические грани

Спорт – это всеохватывающее явление, затрагивающее интересы разных групп. Спортивная деятельность играет важную роль в построении имиджа государства и укреплении статуса страны на мировой арене. Победы на международных соревнованиях, успешная организация спортивных мероприятий на своей территории повышают авторитет страны и пропагандируют стратегические интересы, а следовательно, подкрепляют и государственный бренд в глазах мировой общественности.

Во-первых, спорт обладает огромным потенциалом для укрепления национальной идентичности страны и создания общей национальной солидарности, поскольку выступает объединяющим фактором, сплачивая людей вокруг спортивных соревнований. Примером служит участие национальных команд в Олимпийских играх или Чемпионатах Мира. Болельщики испытывают сильные эмоции, переживая за своих участников, что заставляет их чувствовать принадлежность к определенной нации. Спорт порождает

множество символов, которые становятся частью национальной идентичности и культуры страны. Например, футбол в Бразилии – это не просто вид спорта, а отличительная черта национального кода бразильцев. Он занимает специальное место в структуре культурной идентичности страны, что становится отличительной особенностью и гордостью для Бразилии.

Немаловажную роль в создании национального имиджа и поддержания статуса страны на мировой арене играет результат, которого страна смогла добиться на Олимпийских играх. Олимпиада – крупномасштабное спортивное событие, за которым следит весь мир. Поэтому все страны-участницы пытаются достичь максимальных результатов, ведь победа в Олимпийских играх – это символ национальной мощи и престижа, укрепляющий статус страны-победительницы на мировой арене.

Во-вторых, спорт выступает одним из основных инструментов создания благоприятного имиджа страны, не имея которого государство не сможет установить качественные дипломатические отношения. Олимпийские игры предоставляют возможность стране-организатору проявить свою культуру, традиции и другие национальные достижения, создав тем самым положительный образ государства на мировой арене. Исследователь проблем спорта, общества и внешней политики Дж. Кокли отмечает, что успехи страны в спорте способствуют росту популярности ее правительства [7]. Подкрепление своего национального имиджа создает благоприятную среду для налаживания культурных и дипломатических связей с другими народами и странами.

Кроме этого, спорт дает толчок к сближению стран не только благодаря проведению спортивных мероприятий, которые играют роль площадки для встреч представителей разных стран, но и осуществления обмена спортсменами, тренерами и опытом. На Олимпийских играх в Пекине в 2022 г. немалая часть российских спортсменов приняла участие в спортивных состязаниях за сборные других стран (Польша, Молдавия, Южная Корея и т.д.). А китайские хоккеисты отстаивали честь США, играя за их сборную [3]. Такие процедуры часто способствуют установлению доверия и понимания между различными нациями, разрешению каких-либо споров и противоречий в политике, улучшению взаимоотношений в целом.

Одна из базовых задач спорта заключается в осуществлении гуманитарной политики и поддержании всецелого развития стран третьего мира. Международные спортивные организации и их программы помогают модернизировать спортивную

инфраструктуру в разных странах, занимаются тренировками молодых спортсменов, а также проводят и инвестируют в различные спортивные мероприятия. Эти меры оказывают положительное влияние на улучшение здоровья, благополучие и уровень жизни населения, способствуют экономическому и социальному развитию. Примером выступают всемирные игры TAFISA, которые проводятся с 1992 г. под руководством МОК, ЮНЕСКО и ВОЗ, в рамках которых часто устраиваются гуманитарные акции [10]. В Пусане в 2008 г. во время открытия Всемирного дня ходьбы, параллельно с церемонией начала, люди могли поучаствовать в благотворительности, где каждый участник внес по одному доллару в Фонд голодающих детей. В отношении беднейших стран Африки и Азии МОК тесно сотрудничает с Мировой продовольственной программой (The World Food Programme), помогающей обеспечивать продуктами питания школы, а МОК, в свою очередь, снабжает школы спортивным инвентарем и организывает специальные спортивные кружки и проводит всевозможные мероприятия [8].

В-третьих, спортивные игры оказываются ключом к решению дипломатических споров и политических конфликтов. За счет выступления на Олимпийских играх спортсменов от разных стран могут искореняться и сами причины конфликтных ситуаций. При выступлении спортсменов и общении их наций друг с другом стираются предрассудки и стереотипы, что положительно влияет на взаимоотношения между различными странами, движение к подписанию мирных соглашений.

Спортивные соревнования могут стать возможностью улаживания конфликтов на государственном уровне и снизить степень насилия в мире. На спортивных мероприятиях всегда присутствуют высшие государственные должностные лица: «на Олимпийских играх всегда собирается в 6 раз больше глав государств, чем на саммите Большой двадцатки» [5]. Поэтому такое спортивное событие становится уникальной платформой для многостороннего диалога. Посещение подобных соревнований высокопоставленными особами в большинстве случаев носит продуктивный характер и формирует основания для сближения позиций сторон.

В этом контексте следует упомянуть о «крикетной дипломатии». Футбол пользуется широкой популярностью в Великобритании и на территориях ее бывших колоний, однако ведущими командами выступают представители Индии и Пакистана, и нередко именно между ними идет ожесточенная борьба за мировое первенство. Между тем, с момента выхода обеих стран из состава Британской империи в 1947 г. между ними

трижды происходили военные столкновения. Диалог был возобновлен во время полуфинала мирового первенства по крикету в марте 2011 г. Премьер-министры Индии и Пакистана вместе смотрели матч, а впоследствии за неформальной встречей последовали брифинги, телефонные разговоры и постепенная нормализация взаимоотношений [3].

На спортивных состязаниях политические лидеры обсуждают вопросы международного характера. Государства, проводящие Олимпиаду, открывают миру богатства собственной культуры, создают условия для культурного обмена. Все это может использоваться для достижения политических целей и поддержания баланса сил в международных отношениях.

Олимпийские игры как инструмент дипломатии

Проведение самого масштабного спортивного мероприятия – всегда большая возможность для всех акторов международных отношений усилить свои стратегические позиции и выйти на новый уровень политических взаимоотношений. Прежде всего, Олимпиада становится площадкой для диалога между главами различных стран. Лидеры многих государств используют свое присутствие для установления новых или укрепления уже существующих дипломатических контактов. Вместе со своими спортсменами крупные делегации посещают эти мероприятия, чтобы обсудить спорные моменты в отношениях. Так, например, во время зимних Олимпийских игр в Пхенчане в 2018 г. лидер КНДР Ким Чен Ын и глава Южной Кореи Мун Чжэ Ин провели третьи переговоры между странами в истории и заявили о намерении подписать мирный договор с целью прекращения Корейской войны [6]¹.

Олимпиады как правило способствуют прекращению конфликтов и снижению международной напряженности. Атмосфера дружбы, мира и справедливости стимулирует государства искать более гуманные решения конфликтных ситуаций, а формат соревнований поддерживает дух взаимопонимания. Еще издревле существовало такое понятие, как Олимпийское перемирие, которое объявлялось на время проведения спортивных игр. Это сильно способствовало нормализации межгосударственного общения и снижало риски возобновления войн после окончания состязаний.

Немаловажной функцией Олимпийских игр оказывается продвижение определенных политических взглядов и идеологических установок. Принимающие у себя

¹ Мирный договор так и не был подписан после «заморозки» конфликта в 1953 г. – прим. ред.

иностранных гостей государства имеют возможность демонстрировать собственные достижения. Не раз Олимпийские игры играли роль рупора для освещения актуальных общемировых проблем, таких как защита окружающей среды или прав человека.

Однако за последние десятилетия Олимпийское движение существенно политизировалось и начало подстраиваться под современную повестку, изменяя правилам и принципам, прописанным в Олимпийской хартии. Так, Олимпиада в Токио 2021 г. была воспринята общественностью как одна из наиболее политизированных. Различные выходки спортсменов на почве подъема тематики феминизма, расизма и т.д. способствовали разрастанию скандалов в СМИ, связанных с поведением участников Олимпиады, что сильно ударило по репутации МОК и всего Олимпийского движения в целом [4].

Таким образом, Олимпийские игры по праву можно назвать особо влиятельным звеном в процессе формирования международных отношений и мирового порядка. Государства, оказавшиеся на соревнованиях, посредством переговоров устанавливают новые партнерские связи, поддерживая политические, культурные и торговые отношения друг с другом. Однако за счет современных социальных трендов Олимпиада стала площадкой для высказывания современных политических лозунгов, отодвинув на второй план само существо физического соперничества.

Роль спортивных организаций в международных отношениях

Спортивные организации, ключевым из которых выступает Международный олимпийский комитет (МОК) – важнейшие акторы современных международных отношений и спортивной дипломатии, играя особую роль в продвижении спорта. Между тем сегодня комитет активно проявляет себя и в других сферах международных отношений.

Например, совместно с ООН, ЮНЕСКО и ЮНЕП МОК занимается разработкой и реализацией гуманитарных программ в области образования, здравоохранения, борьбы с загрязнением окружающей среды, роли женщин в спорте и обществе. Один из проектов, где МОК принимает участие, направлен на организацию поставок продовольствия в страны Африки. Помимо этого, Управление верховного комиссара по делам беженцев ООН с МОК провели акцию «Кто жертвует – тот выигрывает», главная цель которой заключается в сборе и поставке спортивной одежды беженцам.

Среди немаловажных достижений и разработок МОК можно выделить так называемые культурные олимпиады. Это концепция проведения культурных мероприятий на базе Олимпийских игр, определенная МОК. Изначально смысл олимпиад такого типа заключался в побуждении деятелей искусства выставлять свои работы в 5 категориях: архитектура, литература, музыка, живопись и скульптура. Однако в XXI в. такие культурные и художественные практики часто проводятся в рамках Олимпийских игр в виде фестивалей, выставок, флешмобов. Например, на будущей олимпиаде в Париже в 2024 г. планируется реализация проекта, предполагающего проведение во многих городах Франции выставок работ художников. Планируется организация тысяч мероприятий и художественных представлений, что позволит публике осознать общие ценности, разделяемые спортом и искусством, а также то, как искусство освещает спорт, как олимпийские ценности могут вдохновлять художников [9].

В большинстве современных развитых европейских стран созданы сети спортивных учреждений, работающих за границей, которые играют важную роль в укреплении международных отношений. Эти учреждения организуют крупные международные спортивные события, соревнования, марафоны, объединяют глобальные сообщества, что стимулирует обмен опытом на международном уровне. Их целью является защита интересов страны в мировой политике, поддержание межкультурных связей, формирование национальных ценностей в различных социокультурных средах.

Таким образом, спортивные организации играют значительную роль в формировании и развитии международных отношений. Их влияние простирается на политический, экономический и культурный уровни, способствуя укреплению дипломатических связей и созданию платформы для международного сотрудничества. При всех трудностях и противоречиях глобальной политической ситуации, спортивные организации сохраняют потенциал использования спорта как средства «мягкой силы» для влияния на политические решения и отношения на международной арене. Они проводят дипломатические мероприятия, организуют участие спортсменов из различных стран в совместных тренировках и соревнованиях, участвуют в международных проектах, формируют позитивный имидж стран, способствуя развитию туризма, экономики и культурного обмена.

Библиографический список:

1. Долгова Д. А. Международные спортивные организации и их роль в мировой политике [Электронный ресурс] // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 3. Режим доступа: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=17172> (дата обращения: 28.12.2023).
2. Круглик И. И. История международных отношений в спорте в сфере олимпийского движения // Известия Тульского государственного университета. Физическая культура. Спорт. 2021. № 6. С. 129-139.
3. Кузнецов Д. Россия — чемпион по переходам спортсменов в другие страны. Кто перед Олимпиадой в Пекине менял гражданство? [Электронный ресурс] // Sport-express.ru. Режим доступа: <https://www.sport-express.ru/olympics/beijing2022/figure-skating/reviews/olimpiada-2022-kto-iz-rossiyan-sorevnuetsya-za-drugie-strany-sportsmeny-smenivshie-grazhdanstvo-1885946/> (дата обращения: 28.12.2023).
4. Мартыненко Е. В. Актуальные проблемы и перспективы современной спортивной дипломатии / Е. В. Мартыненко, С. Е. Мартыненко // Социология. 2018. № 4. С. 136-139.
5. Милованова Ю. К. Роль спорта в международных отношениях / Ю. К. Милованова, Ю. В. Кормилицын // Развитие научно-инновационного потенциала России и направления его повышения. 2018. С. 155-157.
6. Харунова Э. Под общим флагом: как Олимпиада примирила корейцев [Электронный ресурс] // Gazeta.ru. Режим доступа: https://www.gazeta.ru/sport/2018/04/27/a_11732383.shtml?updated (дата обращения: 28.12.2023).
7. Coakley J. Sports in Society: Issues and Controversies. New York: McGraw-Hill, 2009. 688 p.
8. International Olympic Committee [Electronic resource] // Olympics.com. Available at: <https://olympics.com/ioc> (accessed date: 28.12.2023).
9. Paris 2024 Cultural Olympiad: Key event information and art posters [Electronic resource] // Olympics.com. Available at: <https://olympics.com/en/news/cultural-olympiad-paris-2024> (accessed date: 28.12.2023)
10. TAFISA – The Association for International Sport for All [Electronic resource] // TAFISA. Available at: <http://tafisa.org> (accessed date: 28.12.2023).

Ishanov I. A. Sports and the Olympic games as political factors of diplomacy

The article considers sports and the Olympic Games as one of the key tools of diplomacy. It is shown how the consequences of the influence of politics have provoked serious changes in the field of sports. An analysis of the new possibilities of the sports field in the focus of its political dimension is presented. Sport plays a significant role on the world stage and in matters of relations between States. Sports games have made a huge contribution to most areas of diplomacy. From the point of view of politics, economics and culture, sport turns out to be one of the main forming factors of a favorable environment for establishing international relations in various fields of activity.

Keywords: sport, Olympic games, IOC, Olympic movement, diplomacy, politics, national identity.

УДК 316

М. А. Погосова

**Онлайн-сервисы в повседневных практиках пожилых людей в контексте
цифровизации**

Аннотация:

В статье рассматриваются возможности и риски цифровизации на примере поведенческих практик пожилых людей. Цифровизация стала неотъемлемой составляющей современного общества, превратившись из модного тренда в важную составляющую полноценной социальной жизни. Не остались в стороне от этого процесса и люди пожилого возраста. В повседневной жизни они сталкиваются с неизбежностью цифровых технологий, испытывая потребность в цифровой адаптации, в связи с чем перед разработчиками программного обеспечения возникает необходимость применения особых подходов для пользователей пожилого возраста.

Ключевые слова: цифровизация, онлайн-сервисы, люди пожилого возраста, повседневность, социальная жизнь.

Об авторе: Погосова Мира Александровна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, магистрант кафедры социологии и культурологии; эл. почта: pogosova@lanit.ru

Научный руководитель: Гаврилина Елена Александровна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и культурологии; эл. почта: gavrilina@bmstu.ru

Цифровые технологии, влияя на все сферы жизни общества, стали решающим фактором как деловой жизни, так и повседневности, охватывая все социальные группы граждан [3; 8]. Пожилые люди все чаще используют смартфоны, планшеты и компьютеры для коммуникации со своими близкими, получения разного рода информации, оплаты счетов и многого другого. Благодаря Интернету и социальным сетям, они могут быть в курсе последних новостей, общаться с друзьями и близкими, находить интересные

материалы для досуга. С помощью различных платформ и курсов люди старшего возраста могут изучать новые предметы, приобретать новые навыки или просто расширять свой кругозор, продолжая саморазвитие.

Цифровизация, безусловно, предоставляет гражданам старшего возраста новые возможности для улучшения качества жизни. Например, с помощью интернета они могут получить информацию о способах поддержания активного образа жизни. Так, в Москве действует крупнейший бесплатный оздоровительный, образовательный и досуговый проект для москвичей старшего возраста, включающий более 30 направлений активностей: спортивные тренировки, творческие и образовательные классы – и очно, и в онлайн-формате. Занятия в проекте способствуют повышению физического и когнитивного функционирования организма, снижению уровня депрессии и риска утраты автономности [2]. Аналогичные проекты действуют и в других регионах России.

Принятие и использование цифровизации повседневных практик, таких как Интернет и цифровые сервисы в контексте повседневной жизни пенсионера стали ключевыми элементами (например, банкоматы, электронная очередь, оплата проезда в пассажирском транспорте). Эти технологии внедряются в городах, помогая пожилым поддерживать социальное функционирование и психическое здоровье, обеспечивать свою независимость и достигать важных жизненных целей. Уровень развития информационной среды в крупных городах значительно выше, чем в других населенных пунктах, поэтому пенсионерам-москвичам приходится осваивать цифровые сервисы и учиться обращаться с ними более активно, в то время как пенсионеры, проживающие в малых городах и других населенных пунктах, испытывают большой цифровой разрыв особенно в старшей возрастной группе (70+).

Цифровые потребительские услуги – это любые услуги, «обычно предоставляемые на расстоянии, электронными средствами и по индивидуальному запросу получателя услуг» [1]. Они включают автоматы по продаже билетов на железнодорожных вокзалах, услуги самообслуживания в магазинах, банкоматы и онлайн-бронирование, проезд в транспорте. Взрослого, который пользуется этими услугами, называют «цифровым потребителем», что представляет собой новую роль в повседневной жизни, ориентированной на цифровые технологии. Однако мало что известно о текущем применении и оценке простоты использования цифровых потребительских услуг,

отношении к этим цифровым услугам и открытости для использования цифровых государственных услуг среди населения в возрасте 65 лет и старше.

Трансформация повседневного жизненного опыта граждан пожилого возраста дает им большую независимость и мобильность, однако и порождает определенные проблемы, поскольку требует адаптации к техническим инновациям – пожилые люди нуждаются в развитии навыков, позволяющих разбираться в цифровых технологиях [3]. Отметим, что эффекты цифровизации в современном обществе неоднозначны. Например, определенная часть населения России не имеет устойчивого и прямого доступа в Интернет и новым технологиям и, следовательно, у нее меньше возможностей для получения дополнительных преимуществ в своей повседневной жизни. Понятие «цифровой разрыв» стоит понимать как глобально применимый термин, который обозначает «разрыв между теми, кто имеет доступ к новейшим информационным технологиям, и теми, у кого такого доступа нет» [5]. Влиять на разрыв могут и социально-демографические факторы, и характеристики (возраст, пол, образование, доход), индивидуальные факторы (здоровье, отношение к технологиям, тревога, связанная с безопасностью использования этих технологий), этот разрыв формируют факторы окружающей среды, такие как инфраструктура и имущественный статус каждого региона.

Исследователи подчеркивают «цифровую пропасть» между молодыми и пожилыми людьми. При этом возраст, образование, доход, субъективное состояние здоровья и интерес к технологиям определенным образом влияют на информационную грамотность граждан пожилого возраста [7]. Важно понимать, какое отношение к цифровизации формируется в обществе в целом, и у пожилых людей, в частности, насколько граждане пожилого возраста открыты для использования таких цифровых государственных услуг, как онлайн-регистрация налогов, онлайн-голосования, онлайн-заказ документов и др.

Многие пожилые люди переживают за сохранность своих данных и сбережений. Для того, чтобы пользоваться государственными услугами, они должны быть уверены в защите данных. Важна открытость пожилых людей к информации: если они понимают механизм действия, то больше доверяют сервису. Электронное голосование, например, широко используется в России, особенно среди маломобильных граждан, а высокий процент участников голосования объясняется доверием сервису и его доступностью.

Доступ к онлайн-ресурсам позволяет получать информацию о здоровье, правильном питании, финансовых вопросах. Облегчают жизнь и онлайн-платформы для

заказа продуктов или услуг на дом, что особенно важно для пожилых людей с ограниченными возможностями передвижения. Эти инновации помогают пожилым людям быть самостоятельными даже в преклонном возрасте.

Наиболее перспективны технологии «Умного города» с уникальными цифровыми решениями и электронными сервисами [1]. Одна из ключевых технологий повышения качества жизни пожилых людей – система удаленного мониторинга здоровья. Современные датчики и приборы позволяют контролировать состояние здоровья в режиме реального времени, отслеживать показатели артериального давления, уровень сахара в крови, пульс и другие параметры. Сегодня появляется возможность онлайн-консультаций и заказа лекарств через Интернет. Получение точных данных о своем здоровье помогает предотвратить возможные проблемы и своевременно обращаться к специалистам.

Особенно актуальной становится система автоматизации домашних задач. С помощью умных домашних устройств и приложений можно контролировать освещение, отопление, кондиционирование воздуха и другие бытовые системы простым нажатием кнопки на смартфоне или с помощью голосовых команд. Это позволяет сохранять комфортные условия в своих домах без необходимости физического напряжения. Инновационные решения применяются для обеспечения безопасности пожилых людей, защиты их в экстремальных ситуациях. Системы видеонаблюдения и тревожные кнопки в домах, на улицах, в общественном транспорте, специальные приложения для смартфонов позволяют предупреждать о возможных опасностях и обращаться к экстренной помощи [6].

Важным аспектом приобщения людей старшего возраста к цифровым технологиям выступает поддержка их социальными работниками и волонтерами, которые помогают в освоении новых технологий, в т.ч. в специализированных центрах. Такая поддержка позволяет преодолеть начальные трудности и повысить уверенность в своих силах.

Однако адаптация к новым технологиям для людей старшего возраста может оказаться трудной задачей. Поведенческие практики пожилых людей имеют ряд особенностей, затрудняющих использование цифровых технологий. В период активной трудовой деятельности характер профессии не требовал обучения электронным информационным технологиям, поэтому пожилые люди не считают их применение необходимым, либо сталкиваются с низким навыком работы за компьютером. Возрастные

изменения в памяти и концентрации затрудняют изучение новых программ или запоминание сложных команд. Возникают и физические ограничения, например, снижение зрения или слуха [8].

У людей пожилого возраста по отношению к цифровым услугам имеет место ряд негативных представлений, в частности, о том, что цифровые услуги угрожают безопасности личных данных и что цифровые услуги может кто-то изменить, а человек об этом не узнает. Особую роль в процессе освоения цифровых услуг играют приложения для смартфонов, которые обеспечивают открытость в использовании цифровых государственных услуг. Однако уровни открытости в таких приложениях различаются: граждане более открыты для подачи налоговых деклараций онлайн, чем для голосования через Интернет [10]. Таким образом, цифровые государственные услуги оцениваются не одинаково.

С каждым днем появляется все больше высокотехнологичных инструментов и приложений, способных значительно улучшить качество жизни, однако пожилые люди неохотно идут навстречу новому, лишая себя потенциальных выгод. При этом (не)готовность пожилых внедрять в жизнь новинки во многом связана с их персональной оценкой собственных навыков работы с компьютером и гаджетом. Вместе с тем немаловажное значение играет функционал приложений, а также ожидаемые «бонусы» – как именно технология повлияет на жизнь потенциального пользователя [4].

Люди пожилого возраста получили бесплатный доступ к образовательным платформам и онлайн курсам. Так, Университет третьего возраста реализует множество программ – программы по цифровой грамотности и финансовой безопасности, по информационным технологиям и гуманитарным наукам. Есть и программы, направленные на управление финансами и работой с электронными системами, в том числе по работе с электронным правительством и порталом «Госуслуги».

Кроме включения людей старшего возраста в обучающие программы, проведения тренингов по использованию цифровых технологий, разрабатываются специализированные устройства и программное обеспечение, простые и интуитивно понятные интерфейсы для пожилых пользователей, способные сделать цифровые технологии более доступными и удобными [9]. Например, такие устройства могут иметь большие кнопки или голосовое управление для облегчения работы с ними, настройку интерфейса под индивидуальные потребности. Чтобы уменьшить возрастное неравенство

в сфере цифровых услуг и, таким образом, расширить участие пожилых людей, следует инвестировать больше финансовых ресурсов в обучение и поддержку этой группы населения. Имеются общие рекомендации по решению проблем технологического развития пожилых людей, и эти рекомендации следует использовать и адаптировать к конкретному случаю услуг.

Важно, чтобы разработчики и поставщики цифровых услуг знали, как различные дизайны и формы контента могут быть адаптированы для укрепления доверия и облегчения использования их пожилыми пользователями. Учитывая интересы конечных пользователей, разработчики повышают доступность и популярность инструментов. Поэтому перед разработкой цифровых решений полезно привлекать пожилых людей к исследованиям. После разработки инструмента необходимо выделить время на обучение пожилых людей его использованию. Не следует забывать и о горячих линиях поддержки, печатных руководствах и контактных волонтерах, которые смогут при необходимости оказать помощь.

Люди, завершившие свой трудовой путь, зачастую оказываются в ситуации растерянности: времени для досуга становится так много, что неясно, чем же его занять. Повседневная реальность, не сопровождающаяся профессиональной деятельностью, может порождать отчуждение человека, обострять чувство одиночества. Это может проявляться в ценностных деформациях, оскудении личности и пр. Чтобы этого не произошло, общество должно создавать условия для реализации потенциала личности пожилого человека, открыть ему возможности поддерживать активный образ жизни – в физической культуре, в искусстве, в каком-либо полезном общественном труде, освободившись от бремени профессиональных забот.

Вызовы цифровизации требуют особых подходов и усилий для интегрирования пожилых людей в современную, полноценную социальную жизнь. Преодоление технологического разрыва и использование цифровых сервисов может значительно облегчить повседневность, предоставляя новые возможности для общения, саморазвития и доступа к информации. Важно создавать доступные обучающие программы и удобные цифровые сервисы, поддерживать людей старшего возраста в освоении новых технологий – только так можно достичь интеграции этой группы населения в современное общество.

Библиографический список:

1. Макаренко К. В. «Умный город»: стандарты, проблемы, перспективы развития / К. В. Макаренко, В. О. Логиновская // Вестник ЮУрГУ. Серия: Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. 2019. №3. С. 165-171.
2. Московское долголетие [Электронный ресурс] // Официальный сайт мэра Москвы. Режим доступа: <https://www.mos.ru/city/projects/dolgoletie/#about> (дата обращения: 29.12.2023).
3. Социально-технологический дискурс в теориях и практиках цифрового тренда / Н. Г. Багдасарьян, Л. В. Баева, Е. А. Гаврилина [и др.]. М.: Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет), 2022. 167 с.
4. Berkowsky R. Factors Predicting Decisions About Technology Adoption Among Older Adults [Electronic resource] / R. Berkowsky, J. Sharit, S. Czaja // Innovation in Aging. 2017. Vol. 1, No. 3. Available at: <https://academic.oup.com/innovateage/article/1/3/igy002/4893710> (accessed date: 29.12.2023).
5. Cotten Sh. Technologies and aging: understanding use, impacts, and future needs [Electronic resource] // Handbook of Aging and the Social Sciences (Ninth Edition): New York, 2021. Pp. 373-392.
6. Dey B. Digital consumer culture and digital acculturation [Electronic resource] / B. Dey, D. Yen, L. Samuel // International Journal of Information Management. 2020. Vol. 51. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102057> (accessed date: 29.12.2023).
7. Dufva T. Grasping the future of the digital society [Electronic resource] / T. Dufva, M. Dufva // Futures. 2019. Vol. 107. Pp. 17-28. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.11.001> (accessed date: 29.12.2023).
8. Francis J. Aging in the Digital Age: Conceptualizing Technology Adoption and Digital Inequalities: Designing and Evaluating Emerging Technologies for Older Adults / J. Francis, Ch. Ball, T. Kadylak, Sh. Cotten // Ageing and Digital Technology, Singapore: Springer, 2019. Pp. 35-49.
9. Golino M. Development of a cognitive training program for the elderly [Electronic resource] / M. Golino, C. Flores-Mendoza // Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia. 2016. Vol. 19(05). Pp. 769-785. Available at: <https://www.scielo.br/j/rbagg/a/Jx45zCgYMytR68D4zfJZC4R> (accessed date: 29.12.2023).

10. Perrin A. 7% of Americans don't use the internet. Who are they? [Electronic resource] / A. Perrin, S. Atske // Pew Research Center. Available at: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2021/04/02/7-of-americans-dont-use-the-internet-who-are-they/> (accessed date: 1.11.2023).

Pogosova M. A. Online services in the daily practices of older people in the context of digitalization

The article examines the possibilities and risks of digitalization using the example of behavioral practices of older people. Digitalization has become an integral part of modern society, turning from a fashion trend into an important component of a full-fledged social life. Elderly people did not stay away from this process either. In their daily lives, they face the inevitability of digital technologies, experiencing the need for digital adaptation, which makes it necessary for software developers to apply special approaches for older users.

Keywords: digitalization, online services, elderly people, everyday life, social life.