

ВЕСТНИК
государственного
университета
«Дубна»

#4 2023

В номере:

**Социальные и арт-
практики цифрового
общества**

Социология искусства

Социология политики

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 и арт-практики цифрового общества

- Герасимова И.А. Человек и беспилотные автомобили: возможности и барьеры* 3
разработки
- Максимова М.Ю. Влияние визуальной рекламы на здоровье молодежи:* 12
социальные факторы и последствия
- Литвина Е.А. Вовлеченность студентов инженерного вуза в креативный* 21
кластер: возможности и потенциал

Социология искусства

- Ксёндз Я.Д. Творчество Василия Маслова в контексте художественной жизни* 34
1920-1930-х гг.

Социология политики

- Казмирова В.В. Фрейминг в президентской кампании Эмманюэля Макрона 2022* 42
года
- Синь Ф. Теория властного транзита в критическом дискурсе* 51

Проба пера

- Адаменко К.Т. Судебная компьютерно-техническая экспертиза: специфика* 58
назначения и производства
- Погребняк Ю.Н. Личность в фокусе культурного разнообразия: феномен* 66
инклюзии

УДК 316

И.А. Герасимова

Человек и беспилотные автомобили: возможности и барьеры разработки

Аннотация:

Восприятие человеком автономных машин представляет собой сложный процесс, который не поддается инженерным вычислениям, а расчет на принятие апостериорных решений опасен. В статье изучена история автоматизации транспортных средств, определены основные типы взаимодействия беспилотных автомобилей с окружающей средой, рассмотрены особенности социального восприятия беспилотных автомобилей и роль человека в процессе вождения.

Ключевые слова: беспилотные транспортные средства, беспилотные автомобили, автоматизация, искусственный интеллект, барьеры разработки.

Об авторе: Ирина Алексеевна Герасимова, МГТУ им. Н.Э. Баумана, магистрант кафедры социологии и культурологии; эл. почта: gerasimova.ia@bmstu.ru

Научный руководитель: Субочева Оксана Николаевна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, доктор социологических наук, профессор, зав. кафедрой социологии и культурологии; эл. почта: subochevaon@bmstu.ru

Стремление человека автоматизировать средства передвижения нельзя назвать новым трендом. Первые попытки автоматизации управления полетом датируются 1912 г., когда компания Sperry Corporation разработала автопилот, помогающий удерживать курс полета и стабилизировать крен. В 1947 г. американский военно-транспортный самолет Douglas C-54 Skymaster перелетел через Атлантический океан под управлением автопилота – и взлет, и посадка были осуществлены в автоматическом режиме. Автоматизация рельсового транспорта приходится на 1967 г., когда в столице Великобритании была открыта линия Лондон Виктория, на которой поезда управлялись с помощью системы Automatic Train Operation.

В автомобилестроении эксперименты по автоматизации процесса вождения начались в 1920-е гг., однако первые прототипы появились лишь в 1980-х гг. Первый умный автомобиль создан специалистом в области робототехники Эрнстом Дикмансом. Беспилотник на базе Mercedes-Benz Vario мог придерживаться заданного направления движения, перестраиваться и совершать повороты без участия человека. В середине 1990-х гг. активное развитие беспилотных автомобилей началось благодаря прорыву в области искусственного интеллекта, нейронных сетей и машинного обучения.

Что мы знаем сегодня о беспилотных автомобилях? Согласно Концепции обеспечения безопасности дорожного движения с участием беспилотных транспортных средств на автомобильных дорогах общего пользования, утвержденной Правительством РФ, «беспилотное транспортное средство» – высоко- или полностью автоматизированное транспортное средство, функционирующее без вмешательства человека (в беспилотном режиме) [4].

1. Для описания различных форм автоматизации наземного транспорта в Российской Федерации принят термин «высокоавтоматизированное транспортное средство», имеющий приоритет над термином «беспилотное транспортное средство». Часто встречающийся термин «беспилотный» считается менее точным, поскольку подчеркивает отсутствие в транспортном средстве водителя и предполагает наличие искусственного интеллекта, способного обучаться и адаптироваться. Существующие сегодня уровни автономности позволяют машине реагировать на ситуации, используя программы, созданные человеком.

2. Однако в нашей работе используется термин «беспилотный» как проекция футуристического образа, представляемого социологией техники. Ориентация на будущее, в котором беспилотные автомобили станут полноценным, а может и единственным участником дорожного движения, обходящимся без водителя вовсе, выступает вектором нашей работы.

Рынок беспилотных транспортных систем (далее – БТС) становится катализатором развития автомобильной промышленности, набирая стремительные обороты и регулярно представляя новые и усовершенствованные системы. Согласно исследованию, проведенному ResearchAndMarkets, размер рынка БТС был оценен в 23,42 млрд долларов США в 2022 г., 26,33 млрд долларов в 2023 г., увеличиваясь со среднегодовым темпом роста в 14,22% и достигая 67,88 млрд долларов США к 2030 г. [7].

Первыми странами, начавшими внедрять беспилотные автомобили на дорогах общего пользования, стали Сингапур, Китай и ОАЭ. Так, летом 2016 г. в Сингапуре начала работать первая в мире служба беспилотного такси, а в ОАЭ в это время началось тестирование первых беспилотных автобусов. Уже в 2017 г. беспилотные автобусы появились на дорогах общего пользования в Китае. И в 2018 г. в ОАЭ заработал сервис беспилотных такси. В начале марта 2021 г. Honda первой начала продавать машины с автопилотом 3-го уровня, а уже в 2022 г. в Китае официально открыли первую партию скоростных дорог для автономного вождения.

Сообщество инженеров SAE International в сотрудничестве с Международной организацией по стандартизации (ISO) определила уровни автономного вождения (рис. 1) [8].

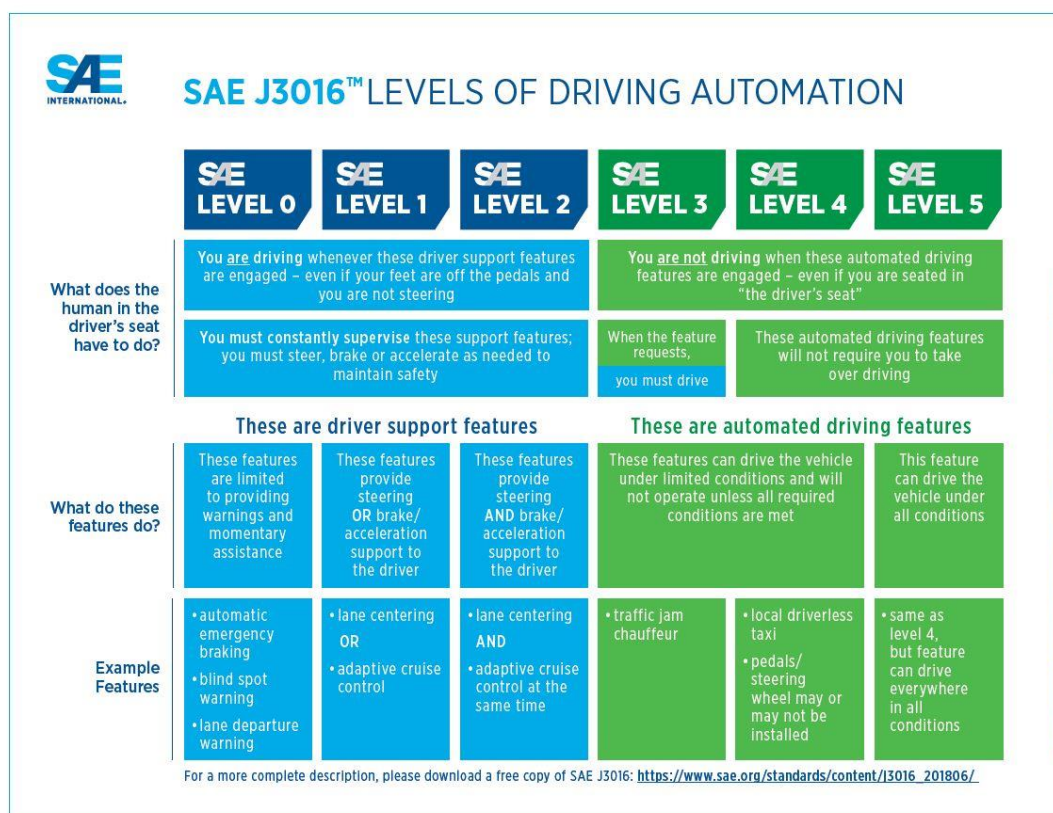


Рис. 1. Уровни автономного вождения

В этом стандарте представлены шесть уровней автономного вождения (начиная от бездействия до полной автоматизации), которой руководствуются в автомобильной отрасли для оценивания возможностей беспилотников, где:

- 0-2 уровень представлены системами помощи водителю;
- 3-5 уровень – системами беспилотного вождения [8].

На четвертом уровне автоматизации допускается отсутствие руля и педалей, А на пятом, высшем уровне, вождение осуществляется без участия человека. Искусственный интеллект контролирует все системы автомобиля, поэтому владельцу достаточно лишь задать пункт назначения. На каждом из уровней автоматизации инженеры в ходе разработки, тестирования и реализации сталкиваются с проблемами разного характера. В рамках статьи мы сфокусируемся на барьерах, возникающих на уровнях систем беспилотного вождения (3-5 уровень).

Беспилотный автомобиль (далее – БА) должен находиться в живой системе дорожного движения, а искусственный интеллект не может воспринимать психологию других участников движения или пешеходов так, как это делает человек. Остаются актуальными вопросы поведения беспилотных автомобилей в условиях плохой погоды, при необходимости совершения левого поворота, в случае проблем с разметкой и др. Алгоритмы искусственного интеллекта отлично справляются с узконаправленными задачами, но нередко дают сбой при выходе «из зоны комфорта». Ряд авторов определяет подобные проблемы как *барьеры разработки* [3]. Это конкретные проблемы в дизайне беспилотника, имеющие разнообразный характер: социальный, технологический, экономический, нормативно-правовой и т.д.

Понимая природу этих проблем, можно типологизировать формы взаимодействия беспилотных транспортных средств с окружающим миром:

1. *Взаимодействие БА с другими участниками дорожного движения.* Прежде, чем беспилотник сможет впускать на дороги города, должны быть проиграны всевозможные модели поведения окружающей его живой системы. Резкие повороты других машин, обгон, маневры мотоциклистов и велосипедистов, даже простое любопытство людей – поведение непредсказуемое.

2. *Взаимодействие БА и инфраструктуры.* Рост развития умных городов – ключевой фактор, стимулирующий рост рынка автономных автомобилей. Автономному автомобилю для безаварийного вождения требуется умная инфраструктура (Connected Car), которая позволит через беспроводную сеть взаимодействовать с окружающей средой и объектами.

3. *Взаимодействие человека и БА.* Этому типу свойственен дефицит общественного доверия, связанный как с консерватизмом людей, так и с уже

произошедшими авариями с участием беспилотников. Для такого типа особенно актуальны вопросы кибербезопасности, влияние СМИ и кинематографа.

4. *БА и государство.* Первостепенными в процессе развития беспилотных автомобилей выступают государственная поддержка исследований и разработок, существующая нормативно-правовая база (в т.ч. и регулирование страховой деятельности), СМИ.

Все эти формы взаимодействия содержат в себе социальный аспект, который необходимо учитывать на всех этапах интеграции беспилотных автомобилей с дорожной средой. Многие технологические проблемы могут быть решены социально, однако и социальные барьеры, с которыми сталкиваются разработчики, требуют технической проработки. В современной социальной теории сформировался подход, демонстрирующий многомерный обзор структуры взаимосвязей БА с окружающим миром, а также выявляющий роль человека на каждом из этапов внедрения – такой подход принято называть акторно-сетевым. Согласно одному из принципов, сформулированных французским теоретиком Б. Латуром, судьба машин находится в руках тех, кто будет ими пользоваться в дальнейшем; их качества, соответственно, оказываются не причиной, а следствием коллективных действий [1].

Исходным пунктом исследования социальных аспектов становятся причины возникновения потребности в создании беспилотных автомобилей. Одной из главных причин здесь выступает безопасность. По данным ООН, ежегодно в результате дорожно-транспортных происшествий (ДТП) во всем мире гибнут 1,3 млн человек – один человек каждые 24 секунды. Миллионы получают травмы или становятся инвалидами. Беспилотные автомобили на дорогах минимизируют негативные аспекты человеческого фактора в процессе движения, снизят риски, обеспечат возможность транспортировки грузов в зонах высокой опасности во время техногенных и природных катастроф.

Второй катализатор развития БА – бизнес. Сокращение издержек на перевозки, экономия на заработной плате водителям, минимизация рисков при транспортировке товаров, улучшение сервиса пассажирских перевозок. Вместе с тем стоит учитывать и конкуренцию: компании стремятся идти в ногу со временем и предлагают потребителю уникальный инновационный товар или услугу. Об этом говорил и американский футуролог Э. Тоффлер, прогностически описывая общество потребления, в котором боязнь компаний устаревания их товара вынуждает бизнесменов внедрять новшества.

Гонка за инновационное первенство, таким образом, становится серьезным стимулом для вложения в ноу-хау [5].

Кроме того, спрос населения на самостоятельное вождение постепенно снижается. Согласно статистике ГИБДД, число выданных водительских удостоверений уменьшается с каждым годом. С развитием общественного транспорта люди все меньше нуждаются в освоении навыка вождения, а БА будут только способствовать этому тренду. Однако говорить об острой необходимости общества во внедрении БА не приходится. Здесь, скорее, предложение порождает спрос, а не наоборот. Наконец, общественное мнение нередко дает скептические оценки утопических картин будущего и места беспилотников в ней.

Ряд социально-психологических аспектов также могут стать барьером на пути внедрения новой технологии. Психология человека всегда индивидуальна, хотя ее поведенческие установки зачастую носят коллективный характер. Индивид рассчитывает на законы коллективного поведения в активной среде дорожного движения, следует формальным нормам ПДД, однако аварии на дорогах случаются постоянно, давно став обыденностью – флуктуация переросла в долю. В этой связи важной составляющей выступает «психологическое» преимущество беспилотных автомобилей. Автоматизировав процесс вождения, разработчики делают труд водителя слишком простым, лишая его творческого содержания. Наглядный пример приводит тот же Э. Тоффлер, говоря об «индустрии ощущений»: «классический пример – действия производителя автомобилей. Он устанавливает лишние кнопки и рукоятки, добавляет циферблаты на приборную панель. Производитель усвоил, что, увеличивая до предела число кнопок и прочего, он дает покупателю почувствовать себя водителем более сложной машины и посему человеком более искусным. Психологическая «надбавка» здесь встроена в продукцию» [5].

Психологизацию производства отмечают и другие футуристы. Первое время беспилотный автомобиль будет закрыт для массового потребителя, а возможности его приобретения будут доступны лишь элитарным слоям общества, поэтому эксклюзивность обеспечит большое статусное преимущество его владельцу. Однако после того, как беспилотник выйдет на открытый автомобильный рынок, ощущение исключенности из контура управления может стать причиной беспокойства, неуверенности или скуки. Прежнюю профессиональную (если рассматривать вождение как профессиональный

навык) гордость сменит чувство растерянности заниженной профессиональной самооценки. На фоне «умной» автоматики человек ощутит беспомощность в процессе принятия решений.

Однако человек продолжает играть важную роль, сохраняя за собой принцип обеспечения надежности. Там, где автоматика принимает неверное решение или самопроизвольно проявляет вредоносные свойства, ответственность возлагается на водителя – он должен быть готов принять управление и стабилизировать ситуацию. Человек обретает преимущества над машиной в возможностях качественного, содержательного, а не количественного, формального типа мышления. Но и здесь он становится заложником «черного ящика» в виде искусственного интеллекта, чью логику понять в моменте не всегда представляется возможным.

Если отвлечься от автомобилестроения, то можно обратиться к опыту космонавтики [2]. Казалось бы, тезис о невозможности полной автоматизации управления может быть опровергнут опытом создания и успешного проведения первого испытательного полета в полностью автоматическом режиме космического корабля «Буран» 15 ноября 1988 г. Особенности этого полета в нашем контексте вызывают интерес: на заключительном этапе полета произошло неожиданное – корабль внезапно сменил курс захода на посадочную полосу, выпав из поля зрения наземных диспетчеров. Когда корабль заложил левый крен, первая осознанная реакция руководителей полета была однозначной: «Отказ системы управления! Корабль нужно подрывать!». На случай фатального отказа на борту «Бурана» размещались тротиловые заряды системы аварийного подрыва объекта. Спас положение заместитель Главного конструктора НПО «Молния» по летным испытаниям С. Микоян, отвечавший за управление кораблем на участке снижения и посадки, предложивший дождаться дальнейших действий корабля. А «Буран» тем временем уверенно разворачивался для захода на посадку. В результате выяснилось, что автоматика, получив информацию о погоде на месте посадки, рассчитала новый, более удобный курс, при котором корабль приземлялся против сильного ветра и за счет этого быстрее терял скорость. Посадка оказалась «ювелирной»: отклонения от запланированных показателей составили считанные метры.

Представим, что на борту корабля находился пилот, которому в экстренной ситуации необходимо было принять стратегическое решение. Тогда в описанной ситуации у него осталось бы два варианта действий: посадить машину вручную или не вмешиваться

в работу автоматики. В первом случае получилось бы, что пилот отключил нормально работающую автоматику, не подававшую сигналов о сбое, что не может рассматриваться как правильное решение даже в случае удачной посадки, а при неблагоприятном исходе – считалось бы серьезной ошибкой. Во втором варианте, психологически невозможном с точки зрения летчика, он стал бы заложником автоматики, гарантии правильности которой нет, ведь не только опытейший летчик-испытатель, сопровождавший «Буран» на МиГ-25, но и наземные службы управления не смогли сразу понять совершаемого маневра. Складывается ситуация, в которой любое решение делает пилота виновным.

Это приводит нас к заключению: человек не всегда способен заменить автоматику в изначально неопределенных и непредсказуемых ситуациях. В таких условиях возможны ошибочные действия, несоблюдение профессиональных норм или отказ от деятельности вообще. Но и доверить полное управление искусственному интеллекту на современном этапе развития техники вряд ли возможно. Представляется, что в будущем научно-технический прогресс приведет к решению этой дилеммы. Как подчеркивает специалист в области робототехники профессор Э. Дикманс, чтобы беспилотный автомобиль научился делать все то, что умеет делать водитель, ему необходимо научиться обрабатывать огромный объем информации и правильно применять ее в сложной дорожной обстановке [6]. Мы стоим на пороге технологий, способных самостоятельно выстраивать сложные отношения в социотехнических системах. Поэтому, чем дольше автомобиль будет находиться в движении, тем в большей мере он будет самообучаться.

Библиографический список:

1. Латур Б. Наука в действии: следуя за учеными и инженерами внутри общества [пер. с англ. К. Федоровой; науч. ред. С. Миляева]. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. 414 с.
2. Полет орбитального корабля «Буран» 15 ноября 1988 г. [Электронный ресурс] // Энциклопедия крылатого космоса. Режим доступа: <http://www.buran.ru/htm/flight.htm> (дата обращения: 31.03.2024).
3. Приключения технологий: барьеры цифровизации в России / К. П. Глазков, Л. В. Земнухова, О. С. Логунова [и др.]; Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук. Социологический институт РАН. М.-

СПб: Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, 2020. 282 с.

4. Распоряжение Правительства РФ от 25.03.2020 N 724-р «Об утверждении Концепции обеспечения безопасности дорожного движения с участием беспилотных транспортных средств на автомобильных дорогах общего пользования» [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202003270016?index=1> (дата обращения: 31.03.2024).

5. Тоффлер Э. Шок будущего. М.: АСТ, 2001. 557 с.

6. Dickmanns E. Dynamic Vision for Perception and Control of Motion. London: Springer, 2007. 474 p.

7. Global Self-driving Cars Market by Component (Hardware, Software), Fuel Type (Fuel Cell, Fully Electric, Hybrid), Autonomous Driving Level, Positioning, Ownership – Forecast 2024-2030 [Electronic resource] // Research and Markets. Available at: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5847054/global-self-driving-cars-market-component#rela1-5883063> (accessed date: 31.03.2024).

8. Taxonomy and Definitions for Terms Related to Driving Automation Systems for On-Road Motor Vehicles J3016_201806 [Electronic resource] // SAE International. Available at: https://www.sae.org/standards/content/j3016_201806 (accessed date: 31.03.2024).

Gerasimova I.A. Man and self-driving cars: opportunities and development barriers

Human perception of autonomous machines is a complex process that defies engineering calculations, and the calculation of a posteriori decisions is dangerous. The article examines the history of vehicle automation, identifies the main types of interaction between unmanned vehicles and the environment, examines the features of social perception of unmanned vehicles and the role of a person in the driving process.

Keywords: unmanned vehicles, unmanned vehicles, automation, artificial intelligence, development barriers.

УДК 316

М.Ю. Максимова

Влияние визуальной рекламы на здоровье молодежи: социальные факторы и последствия

Аннотация:

Развитие современного информационного общества порождает новые суггестивные инструменты и трансформирует рычаги воздействия на молодежь, видоизменяя формы и факторы этого влияния, усложняя его последствия. Социокультурный анализ позволяет выявить закономерности влияния визуальной рекламы на потребительское поведение молодежи, а также выработать рекомендации по снижению вреда и увеличению положительных эффектов визуальной рекламы в сфере охраны здоровья молодежи. В статье отражены механизмы влияния визуальной социальной рекламы на формирование положительного облика здорового образа жизни у молодежи.

Ключевые слова: визуальная реклама, потребительские товары, молодежь, социальная политика, охрана здоровья молодежи.

Об авторе: Максимова Мария Юрьевна, Государственный университет «Дубна», аспирант кафедры социологии и гуманитарных наук; эл. почта: maria.germany@vk.com

Проблема сохранения здоровья граждан России становится приоритетным направлением государственной социальной политики. Здоровье населения выступает безусловной социальной ценностью, основой национального богатства и благополучия страны, отражая ее жизнестойкость и перспективы. Сохранение здоровья трудоспособного населения и формирование культуры здоровья российской молодежи носят стратегический характер, поскольку снижение физического потенциала нации грозит подрывом экономического развития страны.

Результаты исследований последних лет продемонстрировали, что фактически все средства рекламной коммуникации влияют на потребительское поведение молодежи.

Следует отметить, что наиболее высокая частота совершения покупок в сети Интернет прослеживается через визуальные образы рекламы [8, с. 97]. Вместе с тем визуальная реклама может влиять и на здоровье молодежи. В работе предпринята попытка продемонстрировать возможности визуальной социальной рекламы как средства продвижения здорового образа жизни и позитивных привычек у молодежи.

В истории развития рекламы прослеживаются две ключевые традиции. Первая – «американская» – традиция возникла во второй половине XX в. на основе экспериментальных работ в области психологии и фокусировалась на социальном эффекте рекламы. Вторая – «немецкая» – традиция фокусируется на потребностях людей в процессе их «опредмечивания» рекламой.

Так, основоположником немецкой традиции считается Б. Витис, который в 1905 г. обосновывал возможность психического воздействия рекламы на человека. Ученый описал феномен интеллектуальной рецепции, когда реклама способна влиять на человеческое поведение и ограничивать критическое мышление в тех случаях, когда увиденное сообщение, воззрение, скрытый смысл действуют и оказывают бессознательное влияние [3, с. 85]. Интеллектуальная рецепция подкрепляется средствами, воздействующими на человеческие органы чувств и вызывающими представления о достоинствах фирмы или качестве товаров. Наконец, ассоциируясь с яркими ощущениями, визуальный образ закрепляется в памяти.

Визуальная реклама прошлого получила широкое распространение через картинки в прессе и уличные баннеры. В свою очередь, современная рекламная деятельность осуществляется в условиях новых средств массовой информации и коммуникации, сети Интернет и т.д. Однако цель рекламы – управление потребительским поведением – осталась неизменной. Современные технологии позволяют визуализировать рекламу таким образом, чтобы она еще сильнее влияла на целевую аудиторию. Все это порождает феномен общества потребления, в котором социальные отношения предстают совокупностью рыночных ситуаций, а индивидуальное потребление оказывается одной из ключевых общественных ценностей.

В обществе потребления формируется иное восприятие человека человеком, поскольку практики потребления превращаются в новую коммуникативную систему [3, с. 84]. Ряд зарубежных и отечественных исследователей, таких как Ж. Бодрийяр, В. Ильин, Ю. Левада связывают возникновение общества потребления с

началом промышленной революции в Великобритании, которая и послужила толчком к развитию массового производства и потребительского рынка.

«Все новое заведомо лучше старого» – гласит лозунг современного общества потребления: моральное устаревание вещей происходит гораздо раньше фактического износа, предметы потребления обесцениваются, словно деньги в период инфляции. Вполне обеспеченный человек испытывает перманентное чувство обездоленности и нужды в новом, ведь недавно купленная им вещь превращается в символ старомодности. Иначе говоря, массовое производство переориентировалось на сокращение жизненного цикла производимой продукции, что породило особое состояние экономики, при котором предложение порождает спрос, но не наоборот.

Современное общество располагает потребностью в индивидуализации. Конкуренция производителей перерастает в конкуренцию потребителей, ищущих индивидуальность в бренде и стараясь ее таким образом продемонстрировать. Принцип «жить не хуже, чем соседи» (отечественный вариант: «чтобы все было, как у людей») трансформировался в принцип «потреблять так, чтобы не сливаться с толпой» [3, с. 81]. Современная реклама в обществе потребления порождает желание принадлежать к определенной группе или типу людей посредством товарного потребления. Из обычного средства защиты товара упаковка трансформировалась в новый рекламный инструмент, побуждающий к покупке. Функциональные характеристики товара сменяются его символическим значением.

Визуальная реклама превратилась в разновидность средств производства: она производит желания, осознанные потребности и интересы. Молодежь, как активная группа потребителей, особенно участвует в этих событиях. Стимулируя потребительское поведение, например, нездоровой пищи, алкоголя и табачной продукции, визуальная реклама косвенным образом влияет на здоровье потребителей. Вместе с тем современный темп жизни, дефицит времени и многозадачность повседневной жизни приводят к тому, что молодой человек не задумывается над тем, полезен ли приобретаемый продукт. Нездоровый образ жизни молодежи становится общественной нормой, в то время как рекламные слоганы и стильная визуальная подача только усугубляют эти тенденции [1, с. 32].

Современная рекламная деятельность связана с триггерами продаж. Слово «триггер» пришло из английского языка и дословно переводится как «спусковой крючок».

Однако и в переносном смысле триггер выступает спусковым крючком, побуждающим человека к покупке. Можно выделить три основных сценария триггера:

1. «Желание быть частью целого». Через рекламу навязывается определенный образ жизни, статус, социальное окружение, материальное благосостояние, т.е. желанный для большинства потребителей образ. Почувствовать принадлежность к социальной группе помогают товары или услуги, которые ассоциируются с визуальным образом. Такой эмоциональный триггер функционирует по принципу «все успешные люди покупают это», «у нас тут настоящая команда, присоединяйся» и др. [1, с. 33].

2. «Страх». Целевую аудиторию проще побуждать к покупке, зная ее страхи, поскольку страх также выступает мощным эмоциональным триггером.

3. «Индивидуальность». В основе этого триггера лежит желание выделиться, быть особенным, не таким, как все. Поэтому триггеры, связанные с эксклюзивностью, демонстрируют эффективное стимулирование потребительского поведения.

В силу ряда причин молодежь оказывается особенно уязвимой для триггеров потребительской группой. Во-первых, молодые люди легче поддаются агрессии и навязчивости современной рекламы, которая подавляет их собственный, внутренний голос. Неслучайно именно молодые люди в большей степени стремятся следовать модным трендам, нежели более возрастные категории граждан. Во-вторых, молодежная аудитория проводит много времени в социальных сетях, где реклама широко представлена в разных формах. Наконец, в-третьих, ограниченный жизненный опыт молодых людей делает их более податливыми для рекламного воздействия. Все это приводит к неконтролируемому потреблению вредных продуктов, провоцируя возникновение проблем со здоровьем, в частности, ожирению, сердечно-сосудистым заболеваниям, диабету и нарушениям пищевого поведения [2, с. 21].

В России запрещена реклама алкоголя и табака, но даже запрещающие образы «курение вредит вашему здоровью» уже навевают курильщику мысли о перекуре во время рекламной паузы. Визуальная реклама оказывает негативное воздействие и на психическое состояние молодежи. Идеалы красоты и тела, представленные в рекламе, создают несбалансированные представления о самооценке, приводя к ее занижению и депрессивным состояниям. Молодежь начинает ощущать потребность в соответствии образам и стандартам, навязываемым рекламой, в особенности неявной [4, с. 144].

Манипулятивные техники в визуальной рекламе включают в себя методы воздействия на эмоциональный и психологический уровень потребителей, зачастую обходя их критическое мышление. Примерами служат техники создания иллюзии срочности (ограниченное предложение), социальной поддержки (использование известных личностей), техники «обратной психологии» (подача продукта как выбора для индивида, а не масс). Широкой популярностью пользуется техника «цветовой психологии», где подбор определенных цветов вызывает эмоциональные реакции у зрителей: красный цвет связывается с энергией, смелостью, страстью; желтый – с оптимизмом и счастьем; синий – с доверием и безопасностью, зеленый – со здоровьем, свежестью, природой и т.д. Эмоциональные ассоциации оказывают влияние на восприятие продукта или услуги, даже если зритель не осознает этого эффекта.

Скрытые сообщения в визуальной рекламе – это невидимые на первый взгляд элементы, специально внедренные в рекламный контент, воздействующие на подсознание зрителей. Такие элементы включают в себя использование символов, скрытых посланий или цветовой гаммы, которые не привлекают явного внимания, но создают определенные ассоциации и эмоциональные реакции у зрителей [7, с. 175]. Например, реклама парфюмерии для молодежи содержит визуальные элементы, подразумевающие свежесть и свободу. Использование светлых оттенков, изображение легкости движения и даже невидимые символы, ассоциирующиеся с природой подсознательно, воздействует на зрителей, создавая у них положительные эмоциональные ассоциации с продуктом [10, с. 37].

Визуальные образы в рекламе представляют собой конкретные изображения, которые используются в рекламе для передачи определенных идей или концепций. Как пример, изображение успешной семьи, идеального телосложения, ассоциации с определенным образом жизни [10, с. 39].

Так, типичная реклама энергетического напитка выглядит следующим образом: на фоне яркого изображения динамичной городской жизни мы видим группу энергичных молодых людей, активно участвующих в захватывающих мероприятиях. Они радостно общаются и пьют рекламируемую продукцию. Используемые цветовые решения – яркие и насыщенные оттенки – подчеркивают энергию и динамичность сцен, создавая положительные эмоциональные ассоциации [7, с. 177]. Скрытое сообщение здесь заключается в том, что употребление энергетического напитка вызывает ассоциации с

приливом жизненных сил, уверенностью в себе, активным образом жизни. Невербальные элементы, такие как широкие улыбки и дружелюбные взаимодействия, создают ассоциации социальной привлекательности и общественного одобрения [5, с. 41]. Таким образом, если прямо о «пользе» напитка в рекламе и не говорилось, визуальный образ накладывает триггер радости, связывая продукт с пользой.

Для смягчения негативного влияния визуальной рекламы на здоровье молодежи необходимы социальные и образовательные меры. Повышение медиа-грамотности, развитие критического мышления и укрепление самооценки молодых людей помогут им осознавать манипулятивные приемы рекламы и реагировать на них. Важно принимать регулирующие меры, ограничивающие рекламу вредной продукции. В то же время визуальная реклама может быть социальной, положительно влияя на здоровье молодежи, формируя положительные привычки. Социальная реклама должна вызывать положительные эмоции: они в большей степени побуждают зрителя к тому или иному действию. Нелишним будет использование инфлюенс-маркетинга, т.е. создавать рекламный контент со знаменитостями, популярными в молодежной среде [8, с. 91]. Создание положительного имиджа здорового образа жизни у молодежи неизбежно связано с формированием критического мышления, защищающего от манипуляций «несоциальной» рекламы, а также развитием цифровых компетенций, грамотности и основ безопасности в сети.

Помимо понимания основных механизмов рекламы, важно осознавать влияние алгоритмов социальных платформ на формирование контента, предлагаемого пользователям. В частности, речь идет про «умную ленту» – алгоритм социальных сетей, управляющей выдачей публикаций в соответствии с интересами пользователя и качеством контента. Система сканирует посты аккаунтов, на которые подписан пользователь, и ранжирует их в соответствии с внутренней логикой. Углубленный анализ этих факторов позволяет лучше понять, каким образом визуальная реклама влияет на молодежь, определить стратегии создания информированной и критически мыслящей молодежной аудитории [1, с. 34].

Рекламные кампании имеют возможность акцентировать внимание на физической активности, правильном питании и заботе о здоровье. Показывая примеры здоровых и счастливых людей, которые ведут активный образ жизни, реклама стимулирует молодежь к принятию здорового выбора, включая спорт, танцы, активный отдых и командные

занятия. Молодежь следует информировать о пользе правильного питания, предлагая альтернативы нездоровой пище. Реклама может акцентировать внимание не только на продуктах, но и на образе правильного приготовления здоровых блюд, например, привлекая к сотрудничеству известных поваров и диетологов.

В рекламный контент уместно включить образы, связанные с поддержкой стабильного и положительного эмоционального состояния. Рекламные кампании могут подчеркнуть важность сбалансированного образа жизни, включая заботу о ментальном здоровье [9, с. 10]. Наконец, используя триггер страха, социальная реклама может сообщать о негативных последствиях вредных привычек. Визуальные образы, демонстрирующие возможные последствия, служат предупреждением и помогают молодежи принимать осознанные решения. Однако подобное информирование сегодня ведется устаревшими способами, поэтому новой рекламе следует использовать реалистичные визуальные образы и сценарии [6, с. 179].

Актуальным параметром социальной рекламы выступает сотрудничество с молодежными и спортивными общественными организациями. Например, в Московской области долгое время существовал фонд «Русичи», который дарил спортивную одежду наиболее ярким представителям городского спортивного сообщества. На одежду были нанесены символика фонда и рисунки местных видов спорта. Люди носили эту одежду на улице – и в результате рекламы через символы на одежде к фонду присоединялось все больше молодых спортсменов. Такие виды сотрудничества позволят объединить усилия и создать убедительные сообщения о пользе здоровых привычек. Создание и последующее укрепление партнерства с подобными организациями включает разработку образовательных программ и кампаний, организацию мероприятий, направленных на поддержку здоровья молодежи [8, с. 96].

Визуальная социальная реклама должна подкрепляться наглядными результатами научных исследований, лежащими в основе утверждений о пользе здорового образа жизни. В процесс создания рекламы следует вовлекать экспертов из области медицины и диетологии, поскольку экспертное мнение создаст дополнительный слой доверия к рекламному контенту, укрепляя его научную обоснованность [6, с. 174]. Фундаментальный элемент успешных рекламных стратегий в области здоровья молодежи – это участие в долгосрочных исследованиях. Такой подход позволяет не только заранее видеть тренды и тенденции, но и прогнозировать и адаптировать рекламные практики с

течением времени. Это дает возможность оценить долгосрочные эффекты кампаний и оптимизировать стратегии для поддержки здоровья молодежи на основе последних научных данных. Поддержка научных исследований и сотрудничество между рекламными компаниями, организациями здравоохранения и молодежными группами помогут определить наилучшие подходы и реализовать положительное воздействие визуальной рекламы на здоровье молодежи.

Библиографический список:

1. Абдуллина И. А. Триггеры в рекламе / И. А. Абдуллина, Е. Н. Хабалева // Форпост науки. 2021. № 3. С. 32-34.
2. Артюхов А. В. Влияние рекламы на систему ценностных ориентаций молодежи / А. В. Артюхов, Л. В. Ребышева, Ю. П. Савицкая // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2020. № 5. С. 20-28.
3. Вайнштейн Л. А. Информационные факторы психологического влияния визуальной рекламы на потребителя // Журнал Белорусского государственного университета. Философия и социальные науки. 2017. № 3. С. 79-85.
4. Евстифеева Е. А. Человеческий капитал российской молодежи: конфигурация ценностных установок, личностный потенциал, профессиональный этос и модель управления качеством жизни, связанным со здоровьем: монография / Е. А. Евстифеева, Э. Ю. Майкова, С. И. Филиппченкова. Тверь: ТвГТУ, 2020. 168 с.
5. Лучкина Е. Ю. Рекламное воздействие на потребителя: мотивационно-психологический аспект / Е. Ю. Лучкина, А. М. Лазарев // Школа университетской науки: парадигма развития. 2013. № 3. С. 40-43.
6. Макарова В. А. Ценности здоровья в структуре ценностных ориентаций молодых людей / В.А. Макарова, А.К. Попов // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. № 3-2. С. 171-181.
7. Тетерина Е.А. Эффективность вирусной рекламы в социальных медиа / Е. А. Тетерина, Е. С. Бородина // Наука. Общество. Государство. 2019. № 3. С. 173-179.
8. Толмачева С. В. Восприятие рекламной коммуникации молодежью: по результатам социологического исследования / С. В. Толмачева, О. В. Третьякова // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2020. № 5. С. 88-100.

9. Шигабетдинова Г. М. Феномен рекламы телемагазина: психологические аспекты / Г. М. Шигабетдинова, Д. В. Шушарина // Вестник Ульяновского государственного технического университета. 2021. № 3 (95). С. 9-11.

10. Хамид М. М. Языковая игра в коммерческой наружной рекламе в условиях визуализации СМИ / М. М. Хамид, А. Е. Базанова // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире. 2021. № 1. С. 35-42.

Maksimova M. Y. The influence of visual advertising on the health of young people: factors and consequences

The development of the modern information society generates new suggestive tools and transforms the levers of influence on young people, modifying the forms and factors of this influence, complicating its consequences. Socio-cultural analysis allows us to identify patterns of influence of visual advertising on the consumer behavior of young people, as well as to develop recommendations for reducing harm and increasing the positive effects of visual advertising in the field of youth health. The article reflects the mechanisms of influence of visual social advertising on the formation of a positive image of a healthy lifestyle among young people.

Keywords: visual advertising, consumer goods, youth, consequences of community exposure, youth health protection.

УДК 316

Е.А. Литвина

**Вовлеченность студентов инженерного вуза в креативный кластер:
возможности и потенциал**

Аннотация:

Использование потенциала креативных индустрий в процессе подготовки инженерных кадров обусловлено не только актуальными требованиями рынка труда, но и общей динамикой современного мира. Еще сохраняющиеся противоречия между требованиями реального мира и традиционной практикой обучения студентов-инженеров могут быть сняты посредством вовлеченности студентов в креативный кластер, что развивает гибкость мышления, его гуманитарную составляющую, актуализирует моральную и профессиональную ответственность специалиста за создание новой техники и технологий, помогает им лучше понимать взаимосвязи между технологией и окружающими природной и социальной средами.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативный кластер, система инженерного образования, технический университет.

Об авторе: Литвина Екатерина Александровна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, магистрант кафедры социологии и культурологии; эл. почта: litvina_katya@mail.ru

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

Потенциал креативных индустрий выступает важнейшим основанием для конкурентоспособности в условиях инновационной экономики. Эти отрасли имеют огромное значение для творческого мышления и развития новых идей, но их вклад в инновационные процессы часто остается недооцененным. Кроме того, до сих пор не

определены четкие показатели влияния креативных индустрий на подготовку кадров, обладающих инновационным потенциалом.

В первую очередь, к их числу относится инженерно-технологическая сфера, и, соответственно, возрастает роль ее креативной составляющей. Деятельность любых специалистов в условиях постиндустриального VUCA-мира, в особенности инженеров, связана с огромными рисками и неопределенностями, непредсказуемостью социально-гуманитарных последствий инженерно-проектировочных решений, лавинообразным ростом технической информации, быстрой сменяемостью технологий за время жизни всего лишь одного поколения людей [5, с. 71]. Этими обстоятельствами и обусловлен ряд весьма острых противоречий в организации подготовки будущих инженеров, в числе которых традиционная система дисциплинарного обучения и объективные требования к творческой составляющей инженерной деятельности.

Образовательная среда современных университетов может быть не только местом обучения, но и исходной точкой для студентов, которые разрабатывают новые технологии и творческие продукты. При этом, знания в инженерном образовании должны быть направлены на синтез новых технических решений, которые отличаются технической и гуманитарной новизной. Современная модель специалиста инженера представляет собой «целостный конструкт», в котором фрагменты знаний о природе, технике, обществе и человеке логически и комплементарно связаны между собой. Это позволяет интегрировать их в целостную систему в сознании будущего инженера, которая отражает современную картину мира. Инженер нового поколения должен иметь навыки, которые развиваются во время участия студента в различных видах инженерной деятельности – проектной, исследовательской, управленческой, творческой, коммуникативной и других видах деятельности. Исходя из этого, процесс формирования креативного кластера должен включать в себя не только развитие профессиональных навыков, но и вовлеченность студентов в разнообразные виды инженерной деятельности.

Методология исследования

Осмысление реализации креативного кластера в контексте современного инженерного образования требует междисциплинарных усилий. Креативный кластер берет свои начала в фундаментальных теориях креативных индустрий и становится важной частью инновационного подхода к образованию, подчеркивая значимость творческого мышления и инноваций в современном мире.

В основу концепций креативных индустрий легли теории, отражающие происходящие изменения в социальной, духовной, экономической и политической сферах жизни общества. Во второй половине XX в. появляются исследования, где интерес ученых обращен непосредственно к феномену креативных индустрий: выделяются основные направления, разрабатывается понятийный аппарат. Обозначим основные научные школы, в рамках которых производилось формирование концепций креативных индустрий.

1. Франкфуртская научная школа. В работе «Диалектика просвещения» социальные теоретики М. Хоркхаймер и Т. Адорно ввели понятие «индустрия культуры», описывающее новый способ производства культуры в качестве отрасли экономики [10]. По мнению авторов, индустрия культуры не предполагает каких бы то ни было ценностных ориентиров, не направлена на духовное обогащение и просвещение человека, но выступает развлекательным бизнесом. Критицизм представителей Франкфуртской школы по отношению к индустриализации областей культуры, творчества, восприятия произведений искусства был основан на их критике самого буржуазного западного индустриального общества и неприятии процессов стандартизации, упрощения и снижения культурных ценностей.

2. Американская научная школа. В своей работе «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» Р. Флорида отмечает, что креативность проявляется в многочисленных взаимодополняющих формах: технических изобретениях, разработке новой продукции и создании новых фирм, культурной креативности и художественном творчестве [9]. При этом «креативный класс» определяется как класс экономический, производящий экономические ценности в процессе творческой деятельности. В свою очередь, в работе «Грядущее постиндустриальное общество» Д. Белл отметил, что теоретическое знание становится все более важным фактором в экономике, что подтверждается формированием целого «класса» работников познания, состоящего преимущественно из ученых и инженеров [2].

3. Британская научная школа. Первое упоминание термина «креативные индустрии» возникает в 1990-е гг. В документе «Creative Industries Mapping Document» было сформулировано понятие креативных индустрий, используемое сегодня в качестве канонического [11]. Британская школа определяет «креативные индустрии» как мероприятия, вырастающие из индивидуального творчества, умений и таланта, имеющие

потенциал для создания рабочих мест через генерирование идей и использования интеллектуальной собственности.

4. Отечественная научная школа. О креативных индустриях в России заговорили немного позже, чем за рубежом. В 2010 г. Е. Зеленцова и Н. Гладких в своей работе «Творческие индустрии: теории и практики» определили креативные индустрии как деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, несущий потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности [4]. В книге М. В. Матецкой «Творческие индустрии сквозь призму культурной политики» отмечается, что культура не имеет общепринятого определения, а последствиями сложности определения терминов «культурный сектор», «культурные отрасли» или «индустрии» являются трудности в формировании культурной политики [6].

Не менее важный вклад в теоретическое осмысление креативных индустрий внесла Н. Г. Федотова. В работе «Креативные индустрии (Creative Industries): теория и практика» автор анализирует креативные индустрии как результат процесса взаимодействия культуры и коммерческой сферы в России, что в свою очередь позволяет менять облик современных городов, создавать новые рабочие места, события и инновации [8]. В работе «Город в теории: опыты осмысления пространства» Е. Г. Трубина рассматривает креативность через призму изучения городского пространства [7].

Несмотря на многочисленные исследования и внедрение новых технологий, креативные индустрии продолжают сталкиваться с рядом проблем и вызовов. Некоторые из наиболее значительных из них включают необходимость постоянного обновления и развития, чтобы оставаться в тренде и быть конкурентоспособными, а также прямую и жесткую конкуренцию со стороны других отраслей экономики, которые также стремятся к инновациям и прогрессу. Концепция креативных индустрий продолжает развиваться, адаптироваться и находить новые приложения и применения в современном мире, подверженном изменениям и развитию. Это тесно связано с тем, что современное общество требует новых подходов и решений, которые могут оказаться эффективными в условиях постоянно меняющегося мира.

Однако, несмотря на все эти изменения, стоит отметить, что существуют определенные особенности и нюансы в реализации креативного кластера в системе инженерного образования в рамках креативных индустрий. Это связано с особыми

требованиями, условиями и ожиданиями, которые предъявляются к инженерам и всей инженерной деятельности в целом, включая ожидание постоянного усовершенствования, адаптации к новым технологиям и способности работать в условиях постоянно изменяющейся технологической сферы.

Креативный кластер в техническом университете – это уникальное объединение студентов, преподавателей и исследователей, созданное для стимуляции творческого потенциала. Современному инженеру необходимо обладать креативным мышлением для того, чтобы быть востребованным на рынке труда. Однако, креативное мышление не ограничивается только профессиональными компетенциями и навыками, полученными в процессе обучения.

Проведенное в марте 2023 г. исследование направлено на анализ вовлеченности студентов университета МГТУ им. Н.Э. Баумана в различные виды деятельности. В ходе исследования был применен метод анкетного опроса. Выборка респондентов была собрана целевым методом «снежного кома», позволившим обеспечить высокую полноту и достоверность ответов респондентов, а также высокую скорость проведения исследования.

В ходе исследования обнаружена важная особенность для реализации креативного кластера в техническом вузе – вовлеченность студентов в университетскую деятельность, направленная на формирование творческой компоненты инженерного мышления. Под вовлеченностью в исследовании подразумевалось состояние, в котором студенты ощущают свою причастность к университетскому сообществу, чувствуют себя важной и необходимой ее частью и стремятся к развитию своего потенциала не только в учебном процессе, но и в других сферах деятельности вуза. Участие студентов в университетской деятельности рассчитывалось посредством показателей вовлеченности. Индексы вовлеченности студентов в университетскую деятельность были сформированы из основных структурных элементов креативного кластера в системе инженерного образования и ответов респондентов. В анализ вошли показатели вовлеченности студентов по 4 индексам: индексу вовлеченности в учебную деятельность; индексу вовлеченности в научно-исследовательскую деятельность; индексу вовлеченности в процесс самообразования; индексу вовлеченности во внеучебную деятельность в университете.

Общий показатель вовлеченности студентов в университетскую деятельность представляет собой сумму четырех индексов вовлеченности. Эти индексы отражают, насколько активно студенты участвуют в процессе обучения, научно-исследовательской деятельности, процессе самообразования и внеучебной активности в стенах вуза. Каждый индекс имеет значение от 0 до 3, что позволило оценить, насколько студенты активно участвуют в каждой из этих сфер деятельности. Общий индекс вовлеченности может принимать значения в пределах от 0 до 12.

Метод индексации — это эффективный инструмент, который позволяет оценить степень вовлеченности респондентов в определенную деятельность [3]. Чем выше значение индекса, тем большую степень вовлеченности демонстрирует респондент.

Наличие высокого значения индекса вовлеченности студентов в университетскую деятельность указывает на то, что учебное заведение обладает хорошей учебной базой и поддерживает активное участие студентов в различных видах деятельности, а кроме того, свидетельствует о том, что обучающиеся чувствуют себя частью университетского сообщества и мотивированы достигать успеха в учебе и науке. Низкий же показатель вовлеченности указывает на отсутствие поддержки со стороны учебного заведения, неудовлетворительное качество образования или недостаточно разнообразные возможности для участия в дополнительных мероприятиях.

Результаты исследования

Результаты исследования показали, что самый высокий средний показатель индекса вовлеченности студентов разных факультетов в различные виды деятельности составляет 1,68 из 3 и относится к учебному процессу (рис. 1). Однако студенты проявляют высокую степень вовлеченности и в других видах деятельности. Например, во внеучебной деятельности в университете (среднее значение индекса вовлеченности составляет 0,91), в процессе самообразования (среднее значение индекса 0,75) и научно-исследовательской деятельности (среднее значение индекса 0,59).

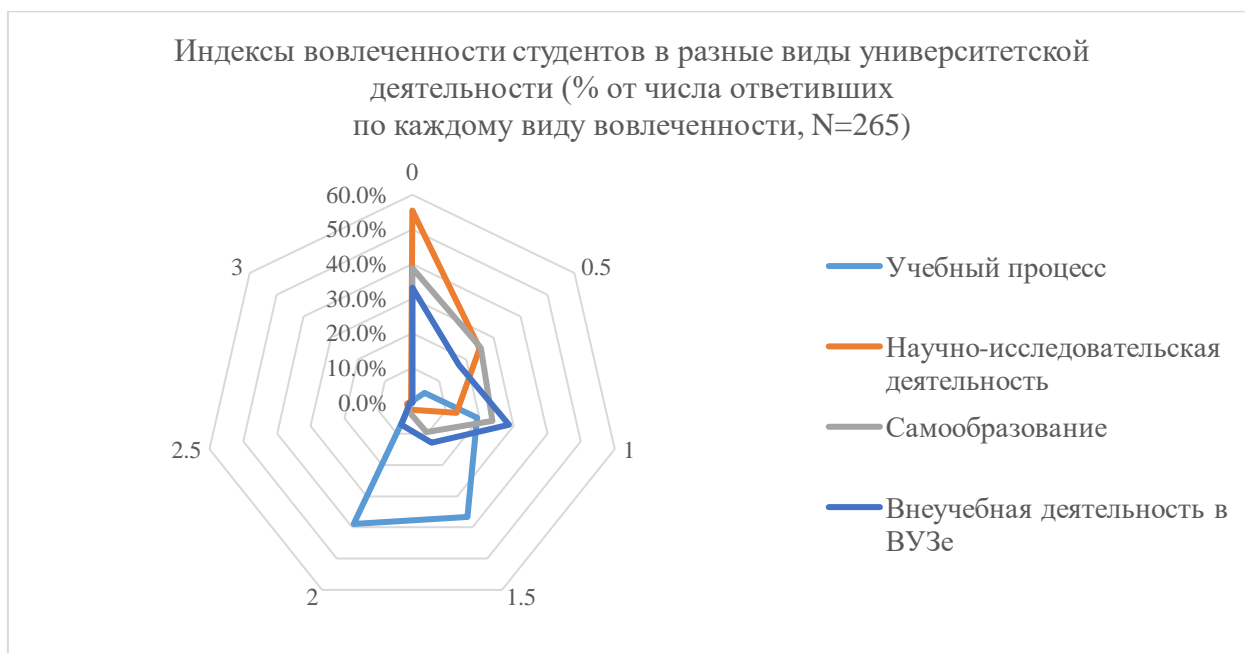


Рис. 1. Индексы вовлеченности студентов в разные виды университетской деятельности

Сравнение индексов вовлеченности между студентами социально-гуманитарного, технического и IT-направлений показало, что студенты социально-гуманитарного и IT-направления проявляют наибольшую вовлеченность в учебную деятельность. Это связано с тем, что учебный процесс ориентирован на развитие soft-skills («мягких навыков») у студентов, что позволяет им активно участвовать в дискуссиях и совместно выполнять групповые проекты [1]. В свою очередь, это способствует раскрытию творческого потенциала обучающихся, тогда как у студентов технических направлений упор делается на формирование практических навыков, что в меньшей степени дает им возможность работать в команде и участвовать в обсуждениях на семинарах.

Наибольшая вовлеченность студентов в научно-исследовательскую деятельность наблюдается у студентов социально-гуманитарных специальностей. Обучающиеся на этих специальностях имеют широкий спектр тем для исследования, что увеличивает интерес студентов к научной деятельности. С другой стороны, студенты IT- и технических направлений, как правило, меньше публикуют свои исследования в научных сборниках, что связано с практической направленностью работы. Вовлеченность в научную сферу обучающихся на указанных специальностях компенсируется за счет участия во внеучебной деятельности в студенческих научных кружках и проектах, связанных с их

профессиональными интересами. Технические и IT-направления предоставляют много возможностей для применения научных подходов в практике.

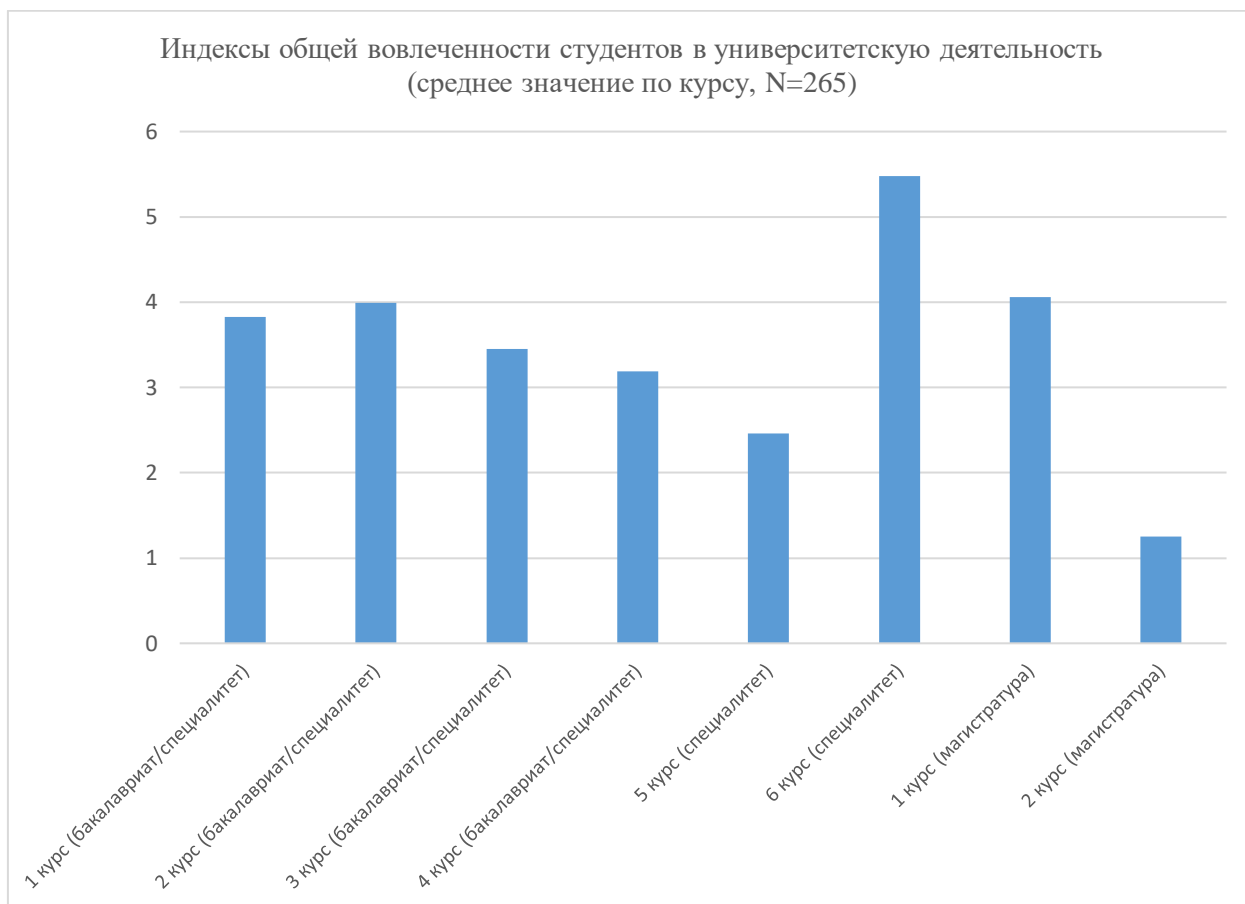
Важно заметить, что студенты, обучающиеся по IT-направлениям, больше заинтересованы в процессе образования, чем их сверстники по социально-гуманитарным и техническим направлениям. Это объясняется тем, что в современном мире необходимо быть в курсе последних инноваций и технологий, а также уметь применять их на практике. Средний индекс общей вовлеченности студентов составил 4,49 (рис. 2). Более 50% опрошенных имеют общий индекс вовлеченности от 3 до 6. Это сообщает о том, что вуз создает для студентов благоприятные условия для развития своего потенциала в разных формах университетской деятельности. Обучающиеся могут участвовать в научных исследованиях, разрабатывать проекты, участвовать в студенческих организациях и принимать участие в мероприятиях, проводимых университетом. Студенты раскрывают свой потенциал, получают дополнительные знания и навыки, учатся работать в команде, что значительно расширяет их кругозор и помогает стать успешными в своей будущей карьере.



Рис 2. Общая вовлеченность студентов

Показатель общей вовлеченности основывается на многих факторах и находится в прямой зависимости от уровня обучения респондентов (рис. 3). Например, на первом году обучения студенты знакомятся с учебным процессом и жизнью вуза, поэтому их вовлеченность достаточно высокая. По мере обучения на старших курсах бакалавриата или специалитета, студенты начинают понимать, что обучение — это не просто посещение лекций и выполнение заданий. Они становятся более взрослыми, их интересы расширяются, и они начинают активно заниматься другими видами деятельности, при

этом уделяя большее внимание учебному процессу. Их вовлеченность оказывается меньше, чем в первые годы обучения.



**Рис. 3. Средний индекс общей вовлеченности студентов
в зависимости от курса обучения**

На старших курсах у студентов уже есть не только глубокое понимание того, как проходит обучение, но и реальный опыт участия в научно-исследовательских проектах. Они полностью вовлечены в жизнь университета, участвуют в мероприятиях и проектах, и становятся активными участниками жизни вуза. Во время обучения в магистратуре студенты уже имеют определенный опыт в учебном процессе и могут столкнуться с новыми вызовами – увеличением объема учебной нагрузки, ориентацией на научную деятельность. Однако это не препятствует активному участию многих студентов в жизни университета. Они могут стать научными помощниками профессоров, участвовать в организации мероприятий или принимать участие в научных конференциях. Студенты расширяют свои знания, участвуя в образовательных программах за границей, волонтерской деятельности или научных исследованиях. Все эти мероприятия позволяют молодежи получить ценный опыт и расширить свои знания в разных областях.

Вовлеченность студентов в университетскую и внеучебную деятельность выступает одним из факторов учебного успеха. Анализ среднего индекса вовлеченности студентов и их оценок на сессии в контрольном семестре показал, что студенты, проявляющие наибольшую заинтересованность во внеучебных мероприятиях, имеют большее число задолженностей (рис. 4). Однако наше исследование не дает окончательного ответа на вопрос о причинах задолженностей студентов, а лишь указывает на возможную связь между уровнем вовлеченности и снижением показателей успеваемости.

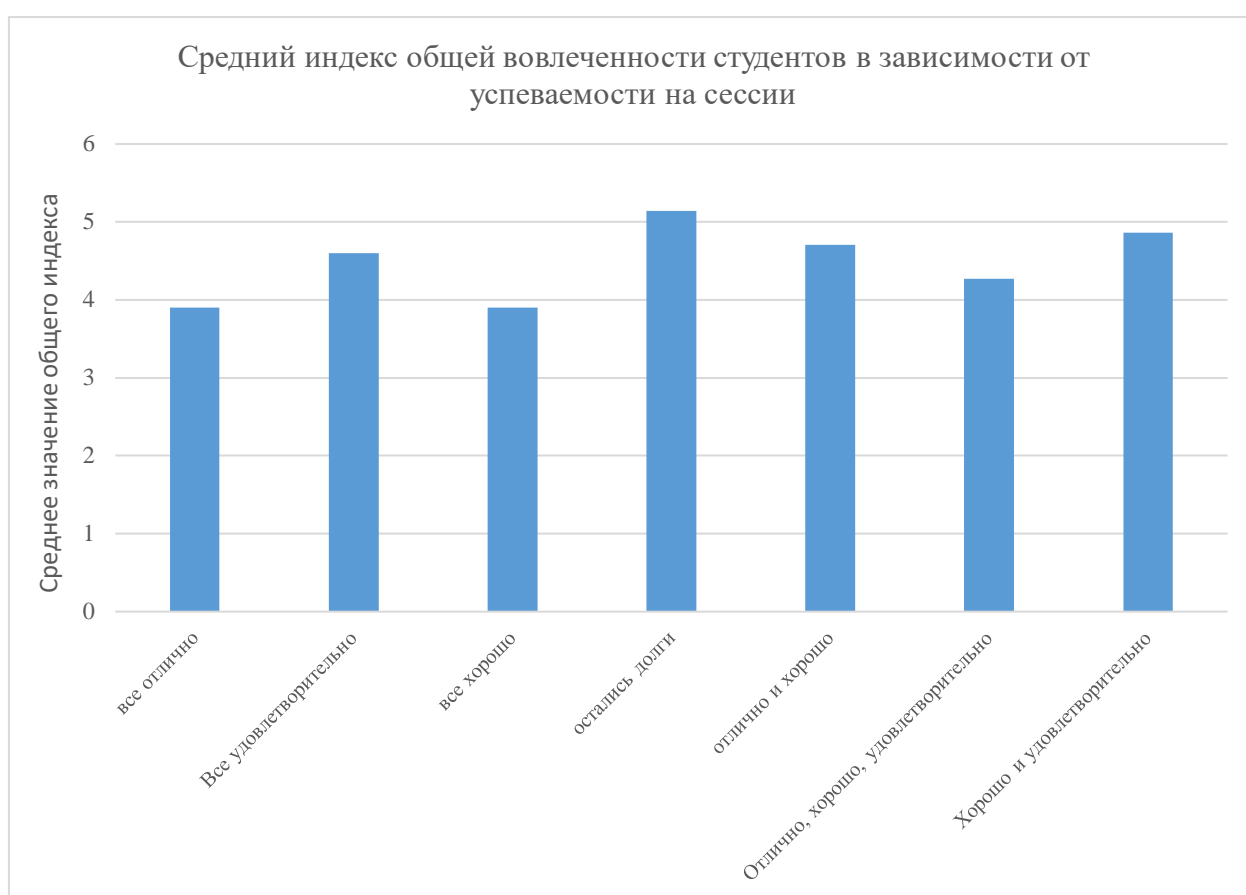


Рис. 4. Зависимость успеваемости студентов от общего среднего индекса вовлеченности студентов

Активное участие во внеучебной деятельности не означает, что у студентов обязательно должны быть долги по учебе. Вовлеченность в дополнительные мероприятия может быть свидетельством широкого кругозора и интереса к различным сферам жизни, но не всегда за счет успеваемости. Как показало исследование, студенты, которые закончили контрольную сессию с оценками «отлично и хорошо» и «хорошо и удовлетворительно», имеют практически одинаковый средний индекс общей

вовлеченности, равный 4.8 и 4.9. У обучающихся с отличной и хорошей успеваемостью средний индекс общей вовлеченности ниже – менее 4, что связано с большим объемом времени, уделяемым учебному процессу. Таким образом, вовлеченность студентов во внеучебную деятельность только в малой степени коррелирует с успеваемостью и может быть связана с другими факторами, включая личные интересы и предпочтения.

В ходе исследования студентам был задан вопрос о влиянии внеучебной деятельности на учебу. Полученные ответы были сверены со средним значением индекса общей вовлеченности. В результате было установлено, что студенты, уделяющие много времени внеучебной деятельности, но при этом успевающие учиться, показывают высокий уровень вовлеченности – около 5.5. Это связано с тем, что участие во внеучебных мероприятиях помогает студентам развивать навыки планирования времени, коммуникации, лидерства и творческого мышления. Внеучебная деятельность помогает студентам найти баланс между учебой и отдыхом, что приводит к улучшению их психологического и эмоционального состояния.

Заключение

Таким образом, студенты МГТУ им. Н.Э. Баумана не только активно участвуют в университетской жизни, но и проявляют высокий уровень вовлеченности. Это свидетельствует о том, что они, считая себя частью университетского сообщества, уделяют внеучебной деятельности достаточно времени и усилий, что становится фактором мотивации к достижению успехов в иных сферах. Университет предоставляет студентам достаточно возможностей для участия в различных мероприятиях и проектах, что способствует развитию их как личностей и подготовке к будущей профессиональной деятельности.

Реализация креативного кластера в системе инженерного образования в МГТУ им. Н.Э. Баумана будет иметь множество положительных результатов. В первую очередь, это позволит изменить подход к обучению будущих инженеров, расширить их кругозор и разносторонне развить их таланты. Кластер станет центром взаимодействия науки, искусства и инноваций, что даст возможность укрепить позиции МГТУ им. Н.Э. Баумана в научной и инновационной сферах, привлечь внимание к университету со стороны ведущих компаний и экспертов.

Вовлеченность студентов – ключевой элемент креативного кластера, сформированный из четырех форм университетской деятельности, в которых студенты

участвуют: учебная, научно-исследовательская, внеучебная сферы и процесс самообразования. В вузе сформирован задел для успешного функционирования креативного кластера – студенты университета активно проявляют свою жизненную позицию, участвуют в мероприятиях и создают свои проекты. Разработка новых программ поддержки студенческого предпринимательства и креативности позволит проектам студентов достичь новых высот.

Библиографический список:

1. Багдасарьян Н. Г. От компетентностной модели специалиста-инженера к STEM-образованию, или ... Вперед в прошлое? / Н. Г. Багдасарьян, Р. М. Петрунева, В. Д. Васильева // Высшее образование в России. 2022. Т. 31, № 5. С. 67-83.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004. 944 с.
3. Дементьева И. Н. Использование индексного метода в социологических исследованиях ИСЭРТ РАН // Вопросы территориального развития. 2014. № 9(19). С. 4.
4. Зеленцова Е. В. Творческие индустрии: теории и практики / Е. В. Зеленцова, Н. В. Гладких. М.: Классика-XXI, 2010. 237 с.
5. Какой мир пришел на смену VUCA? [Электронный ресурс] // Блог ВІТОВЕ. Режим доступа: <https://blog.bitobe.ru/article/kakoy-mir-prishel-na-smenu-vuca> (дата обращения: 20.02.2023).
6. Матецкая М. В. Творческие индустрии сквозь призму культурной политики. М.: ИЭ РАН, 2013. 398 с.
7. Трубина Е. Г. Город в теории: опыты осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2011. 519 с.
8. Федотова Н. Г. Креативные индустрии (Creative Industries): теория и практика // Культурное обозрение. 2012. № 4. С. 52-72.
9. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2011. 430 с.
10. Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. М.; СПб.: Медиум; Ювента, 1997. 312 с.

11. Creative Industries Mapping Document [Electronic resource] // GOV.UK. Available at: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001> (дата обращения: 15.11.2022).

Litvina E.A. Involvement of engineering university students in the creative cluster: opportunities and potential

The use of the potential of creative industries in the process of training engineering personnel is due not only to the modern requirements of the labor market, but also to the need for a new generation of specialists who can successfully adapt to the constantly changing conditions of the 21st century. At a technical university, it is important to remove contradictions between the requirements of the real world and the traditional practice of teaching modern engineering students. To solve this problem, it is necessary to construct a model of a future engineer who will have flexible thinking with the necessary level of knowledge to consider the humanitarian aspects of technical development. This knowledge will not only increase the moral and professional responsibility of a specialist for the creation of new equipment and technologies, but also help students better understand the relationship between technology and the natural and social environment.

Keywords: creative industries, creative cluster, engineering education system, technical university.

УДК 7.072

Я.Д. Ксёндз

**Творчество Василия Маслова в контексте художественной жизни
1920-1930-х гг.**

Аннотация:

В статье рассматривается творчество художника В. Н. Маслова, проводится анализ его произведений. Будучи органично вплетенными в контекст художественной и общественной жизни СССР 1920-30-х гг., работы Маслова испытывают значительное влияние дореволюционного и зарубежного искусства. Маслов органично вписывается в контекст советского искусства 1920-1930-х гг., однако его творчество имеет уникальные особенности. Автор рассматривает биографию Маслова и его деятельность в Болшевской трудовой коммуне, описывает особенности уникального стиля художника.

Ключевые слова: искусство, художественная жизнь, СССР, Василий Маслов.

Об авторе: Ксёндз Ярослава Денисовна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, студент кафедры судебной экспертизы, бакалавр истории искусств; эл. почта: yaroslava.ksendz@gmail.com

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

Долгое время имя В. Маслова оставалось неизвестным как для широкого зрителя, так и для большинства искусствоведов. Ситуация несколько изменилась в 2013 г., когда во время сноса Дома Стройбюро бывшей Болшевской трудовой коммуны под обоями были обнаружены настенные росписи Маслова, созданные в начале 1930-х гг. и считавшиеся утраченными. О Маслове вспомнили и заговорили, а в «Центре Авангарда», находящемся на тот момент в Еврейском музее и Центре толерантности, в 2014 г. прошла выставка, посвященная его творчеству. Особое внимание на выставке было уделено спасенным

настенным росписям. Чем же интересно творчество художника, в чем его уникальность? Какое место он занимает в художественной жизни 1920-1930-х гг.?

Чтобы лучше представлять контекст творчества художника, кратко остановимся на его биографии. В. Н. Маслов родился в 1905 г. (в некоторых источниках – в 1906 г.) в поселке Верхняя Синячиха Екатеринбургской губернии. В юности имел опыт бродяжничества. В 1925-1927 гг. некоторое время учился в художественных школах и техникумах в Горьком и Баку, но ни одно из учебных заведений не окончил [3].

Несмотря на отсутствие полного художественного образования, что закономерно при столь выборочном обучении, именно в это время складывается авторский стиль, манера письма Маслова. По свидетельствам сокурсников, он брал из предлагаемых курсов то, что считал нужным, свободно переходил с места на место, находился в постоянном поиске. Анализ творчества Маслова показывает, что посещение художественных музеев и галерей в городах, где он оказывался, сыграло важную роль в его творчестве [5]. Представляется, что многое для себя он вынес именно из знакомства с выставляемыми там работами русских и зарубежных мастеров.

В 1927 г. В. Маслов приезжает в Москву и через студентов и руководство ВХУТЕИНа (до 1926 г. – ВХУТЕМАС) выходит на наркома просвещения А. В. Луначарского, учредителя фонда помощи молодым дарованиям. Луначарский командировал его на рабфак ВХУТЕИНа, и, проучившись недолго сначала там, а потом в самом ВХУТЕИНе, около 1930 г. Маслов в качестве художника оказывается в Болшевской трудовой коммуне по рекомендации Максима Горького.

В коммуне Маслов преподает живопись в изокружке, занимается оформлением помещений, иллюстрирует журнал «За коммуны». Несмотря на процессы, идущие в политической и художественной жизни страны, а именно – борьбу с «формализмом», роспуск в 1932 г. всех существующих художественных группировок и последующее признание в 1934 г. соцреализма единым творческим методом, Маслов продолжает придерживаться своей манеры, зачастую сталкиваясь с официальной критикой и ограничениями. Однако, оставаясь востребованным, он принимает участие в художественных выставках. В частности, в 1935 и 1937 гг. в Москве и Нижнем Новгороде проходят его персональные выставки. В 1937-1939 гг. относительно руководства Болшевской трудовой коммуны, а также части коммунаров, проводились следственные

мероприятия. В. Маслов также был арестован в 1937 г., а 2 января 1938 г. расстрелян (реабилитирован в 1955 г., дело прекращено ввиду отсутствия состава преступления).

В контексте художественной жизни вызывает интерес круг общения В. Маслова: деятели искусства, в кругу которых он вращался, художники, у которых учился, а также зрители его работ. Как было отмечено ранее, законченного образования он не получил, о его преподавателях известно мало, однако представляется корректным назвать его учителями и тех мастеров, чьи работы он видел и чье влияние испытывал. Анализ творчества В. Маслова дает основания предполагать, что особое влияние на художника оказало творчество немецких экспрессионистов.

В частности, куратор выставки, посвященной его творчеству, искусствовед и историк архитектуры А. Н. Селиванова сравнивает графику В. Маслова с графикой Ф. Мазереля [2]. В работах Маслова прослеживаются параллели и с Э. Л. Кирхнером. Интерес к экспрессионистам неслучаен: в 1924 г. в Москве, Ленинграде и Саратове проходит первая Всеобщая Германская Выставка в СССР, оказавшая большое влияние на советское искусство 1920-х гг. [1]. Выставляются работы, имеющие явный социальный, антибуржуазный подтекст. Вероятно, Маслов был на этой выставке и видел экспонируемые работы.

В то же время, анализ живописных работ Маслова середины 1930-х гг. отсылает к импрессионизму, в частности, позднему русскому импрессионизму, например, работам И. Э. Грабаря и К. Ф. Юона. Сам Маслов особенно выделял для себя М. А. Врубеля, В. А. Серова, К. А. Коровина. В монументальной живописи Маслова прослеживается влияние И. И. Нивинского, И. И. Машкова, М. А. Врубеля, фовистов. Таким образом, в самом творчестве Маслова сплелось несколько культурных кодов: русское искусство до 1917 г. (различные стилевые направления), русское искусство после 1917 г., а также зарубежное искусство.

Круг общения В. Маслова разнороден. Среди зрителей его творчества можно отметить друзей Маслова, художников из ВХУТЕИНа, советскую интеллигенцию и представителей власти. В частности, Маслов вел многолетнюю переписку с Г. Г. Ягодой, жалуясь в письмах на идеологическое давление в искусстве. С В. Масловым был знаком А. В. Луначарский, Н. И. Бухарин писал в «Известиях» восторженные рецензии на работы

художника¹. Наконец, в разные годы коммуны посетили видные зарубежные писатели, ученые и политики: Б. Шоу, А. Барбюс, А. Жид, Н. Бор, Ж. Перрен, Н. Астор.

При обширном и разнообразном круге знакомств, Маслов, согласно сохранившимся свидетельствам, не входил ни в одно из множества разнообразных художественных объединений тех лет, однако ОСТ был близок ему как своей «ВХУТЕМАСовской» основой, так и стилистически и идейно. У В. Маслова не было устоявшегося круга, свиты, если не считать его учеников и друзей из Болшевской трудовой коммуны. Можно предположить, что в этом сказывались отмеченная выше привычка к постоянному творческому поиску, страсть к перемещениям, воспитанная бродяжнической юностью независимость, самостоятельность, как и возможное внутреннее одиночество.

Маслов органично вписывается в контекст искусства 1920-1930-х гг., однако его творчество имеет уникальные особенности. В графике, как правило, В. Маслов изображает ночные городские улицы, портовые города, набережные, мосты, представителей рабочего класса и социального дна, но последних он рассматривает, не затрагивая социальной проблематики, либо затрагивая ее вскользь. Он далек от пафоса передвижников, как и от сатиры, и лишь с любопытством и легкой иронией изображает своих героев, улавливая тонкие детали: ему интересны сами типажи.

Стоит отметить, что сам образ жизни художника в период создания подобных графических работ – скитания, нерегулярное обучение и случайные заработки – приближал его к собственным героям, и взгляд этот скорее изнутри, нежели со стороны. Графика В. Маслова наиболее близка к немецким экспрессионистам, его работы монохромны, либо используются 3-4 ярких, чистых цвета, наряду с неизменно преобладающим черным. Линии жесткие, острые, геометричные. Однако сохранились и графические работы иного рода: портреты карандашом и сангиной. Оставаясь и здесь приверженцем несколько гиперболизированных форм, резкой светотени и четких, жестких линий, Маслов демонстрирует, во-первых, наличие академической базы и хорошего знания академического рисунка, а во-вторых – ярко выраженные лиричность и психологизм.

¹ В 1937 г. на художника Маслова было заведено уголовное дело в том числе на основании его «личной связи с врагами народа Бухариным, Ягодой» и др. – прим. ред.



Рис. 1. Василий Маслов. Автопортрет, 1930-е гг. Нижегородский государственный художественный музей [5]

Живопись В. Маслова, дошедшая до наших дней, по стилистике сильно отличается от графики. Эти работы написаны в середине 1930-х гг., и, вероятно, под влиянием идеологического давления: техника становится более классической, уходит ярко выраженная «авангардность». В противовес урбанистической графике и производственным пейзажам, на живописных полотнах представлены преимущественно сельские пейзажи. В этом прослеживаются как отсылка к деревенскому детству мастера, так и попытка уйти в более нейтральные темы.



Рис 2. Василий Маслов. Утро, 1930-е гг. Нижегородский государственный художественный музей [5]

Самая знаменитая работа В. Маслова – его настенные росписи в Доме Стройбюро Болшевской трудовой коммуны. Спасенная в 2014 г. роспись «Индустриализация» («Электрификация», 1930-1931 гг.) представляет собой индустриальный пейзаж: Земонавчальскую ГЭС, плотину, реку, мосты, поезда и баржи, а также памятник В. И. Ленину. Композиция и выбор темы отсылают к графике И. И. Нивинского и ряду живописных работ И. И. Машкова. Сама же роспись отсылает и к полотнам М. А. Врубеля за счет дробящихся геометрических форм, наслоений, совмещения разных ракурсов и планов в одной работе. Выбор цвета характерен для художника: краски яркие, чистые. Стоит отметить, что эта роспись – наиболее ранний из известных и дошедших до наших дней образец советской монументальной живописи.



Рис 3. Василий Маслов. Фотокопия монументальной работы «Электрификация» в экспозиции выставки в Нижегородском государственном художественном музее, 2018 г. [5]

Существуют фотографии других настенных росписей В. Маслова, не дошедших до нас, либо дошедших частично. Одна из них изображает рабочих на фоне индустриального пейзажа, другая, фрагмент которой сохранился лишь на фотографии с женой художника, вероятно, создана позднее первых двух и представляет собой сельский пейзаж в духе живописных работ середины 1930-х гг.

Остановимся на выразительных средствах и приемах, составляющих художественный язык В. Маслова. Это и выбор сюжета, и палитра, и форма. Сюжет – пожалуй, наиболее универсальная составляющая этого языка, одинаково понятная для всех. В. Маслов обращался к тематике, актуальной для своего времени: улицы и городские типажи, индустриализация, портреты рабочих и коммунаров, универсальные и нейтральные сельские пейзажи. Подобные сюжеты безупречны с идеологической точки зрения и если не близки, то понятны всем, от современных исследователей до коммунаров.

Палитра в работах В. Маслова разнится. В ранней графике – это преимущественно черная тушь. Позже появляется обилие ярких цветов, которые Маслов располагает локальными пятнами, создавая подобие пестрой мозаики. Именно подобный «взрыв» цвета впечатлил Н. И. Бухарина, эти же краски отсылают исследователя к фовистам: Дерену, Марке, Матиссу. В целом подобная палитра создает у зрителя приподнятое, мажорное настроение, что соответствует и поздним сюжетам Маслова: на смену ранней теме бродяжничества и улицы пришла тема строек, промышленного подъема, и даже сельские пейзажи у Маслова преимущественно солнечные и яркие.

Форма в работах Маслова не столь универсальна для восприятия. Художник прибегает к намеренному искажению форм и смещению планов, к гиперболизации, резким линиям и сочетанию геометрических форм, порой напоминающем о кубизме. Его более поздние и классические с точки зрения формы работы, безусловно, так же качественны, но более скучны.

Можно говорить о том, что и судьба, и творчество В. Маслова весьма наглядно отражают процессы, происходящие в художественной жизни 1920-1930-х гг. От неустроенной, но полной творческих поисков и экспериментов юности Маслов к концу 1920-х гг. приходит уже сложившимся мастером, востребованным и продолжающим развиваться. На период его творческого расцвета начала 1930-х гг. приходится общественно-политические перемены, трагически отразившиеся на судьбе советского авангарда и на судьбе самого Маслова. Например, в 1933 г. художественная комиссия подвергла настенные росписи дома Стройбюро критике, поскольку стилистически они не соответствовали все явственнее проявляющейся официальной политике в сфере искусства. К середине 1930-х гг., в эпоху соцреализма, Маслов, как представляется, был вынужден сильно ограничивать себя в творческом самовыражении.

Василий Маслов принадлежит к поколению советских художников, которые сформировались в 1920-х гг. на базе новых художественных мастерских, школ, институтов. Такие известные художники, как А. А. Дейнека или Ю. И. Пименов позднее встроились в рамки соцреализма, найдя себя в новом жанре, и не были преданы забвению. Судьба многих других сложилась аналогично судьбе Василия Маслова, а их творчество осталось малоизвестным, забытым и ждет своего исследователя [4].

Библиографический список:

1. Автономова Н. Б. Дверь на запад [Электронный ресурс] // Третьяковская галерея. 2021. №1. Режим доступа: <https://www.tg-m.ru/articles/1-2021-70/dver-na-zapad> (дата обращения: 26.10.2023).

2. Маслов В. Авангард трудкоммуны. Каталог выставки. Под ред. А. Н. Селивановой, Н. В. Плунгян. М.: Еврейский музей и центр толерантности, 2014. 16 с.

3. Маслов Василий Николаевич // Гео Королев. Карта-справочник города Королев. [Электронный ресурс]. URL: http://www.geokorolev.ru/biography/biography_person_maslov.html (дата обращения: 26.10.2023).

4. Ройтенберг О. О. «Неужели кто-то вспомнил, что мы были...». Из истории художественной жизни. 1925-1935. – М.: Галарт, 2008. – 560 с.

5. Соколова Н. Б. 1937. Путеводитель по выставке Василия Маслова в Нижегородском государственном художественном музее [Электронный ресурс] // Артгид. Режим доступа: <https://artguide.com/posts/1671?ysclid=lq7i5mubv5211773376> (дата обращения: 26.10.2023).

Ksendz Y.D. The work of Vasily Maslov in the context of the artistic life of the 1920s-1930s.

The article examines the work of the artist V. N. Maslov, analyzes his works. Being organically woven into the context of the artistic and social life of the USSR in the 1920s and 30s, Maslov's works are significantly influenced by pre-revolutionary and foreign art. Maslov fits seamlessly into the context of Soviet art of the 1920s and 1930s, but his work has unique features. The author examines the biography of Maslov and his activities in the Bolshevskaya labor commune, describes the features of the artist's unique style.

Keywords: art, artistic life, USSR, Vasily Maslov.

УДК 316

В.В. Казмирова

Фрейминг в президентской кампании Эмманюэля Макрона 2022 года

Аннотация:

Фрейминг выступает результативной стратегией политической коммуникации, позволяющей коммуникатору оказывать воздействие на формирование общественного мнения и принятие решений. Механизм фрейминга используется в ходе президентской кампании с целью создания привлекательного имиджа кандидата в глазах избирателей. В статье рассматриваются основные фрейминговые конструкции, использованные в публичных заявлениях Эмманюэля Макрона в ходе его президентской кампании 2022 г. во Франции. Использование фреймов «народ-эксперт», «продолжение успехов», «обычный человек», «лучшая альтернатива» оказывали благоприятное имиджевое воздействие на выборах 2022 г., в результате которых Макрон повторно занял пост президента Франции.

Ключевые слова: фрейминг, фрейм-анализ, президентская кампания, стратегия, Эмманюэль Макрон.

Об авторе: Казмирова Вера Владимировна, студент факультета мировой политики МГУ им. М.В. Ломоносова, эл. почта: verakazimirova1108@gmail.com

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

В современном мире, где внимание избирателей рассчитано на короткие сроки, а конкуренция между кандидатами на выборах усиливается, политические технологии становятся еще одним инструментом, способным обеспечить перевес в президентской гонке. Восприятие избирателями кандидата напрямую зависит от того, к каким средствам он прибегает для выстраивания своего политического имиджа. В этой связи

использование фрейминга в публичном дискурсе политика способно оказать влияние на результат выборов.

Одним из первых исследователей, затронувших в своих трудах концепцию фрейминга, стал социолог И. Гофман. В своей работе «Анализ фреймов» он определяет фрейм как «схему интерпретации, определяющую реакцию человека на то или иное событие» [15]. К концепции фрейминга обращались психологи А. Тверски и Д. Канеман. В работе «Принятие решений в неопределенности» они установили, что посредством применения фрейминга могут изменяться психологические принципы, регулирующие восприятие, вследствие чего трансформируются и личные предпочтения получателя информации [21]. В. Гамсон и А. Модильяни определяют фрейм как «центральную организующую идею или сюжетную линию, которая придает смысл разворачивающейся полосе событий» [14]. Таким образом, с точки зрения мультидисциплинарного подхода, фрейминг может быть понят как процесс использования в дискурсе схем интерпретации (фреймов), придающих определенную смысловую окраску сообщению; в ходе этого процесса представляется возможным воздействовать на личные предпочтения получателя сообщения (аудитории). Применение фрейминга позволяет определить проблему в заданном коммуникатором векторе, причинно-следственные связи, дать оценку или сформировать отношение к описываемому предмету [13].

Отличительной чертой фрейминга выступает процесс отбора и выделения (*resilience and salience*) информации, т.е. процесс расставления акцентов в сообщении [13]. Он порождает классификацию фреймов на эквивалентные и на акцентные [11]. Если эквивалентные фреймы трансформируют сообщение, но не изменяют его сути, то акцентные фреймы подчеркивают определенные аспекты, отсекая другую информацию сообщения, что в корне меняет его смысл [11]. Эффект фрейминга взаимосвязан с культурной средой, внутри которой он находится. С одной стороны, фрейм выступает укоренившимся культурным шаблоном, поэтому в процессе его формирования необходимо учитывать культурный и социальный подтекст для того, чтобы фрейм был понятен в информационном пространстве. С другой стороны, фреймы сами способны формировать культурные стереотипы [19].

Ввиду особенностей личного опыта и набора культурных паттернов отдельного человека, не существует полной уверенности в том, что фрейм сработает и будет правильно расшифрован каждым получателем сообщения [16]. Поэтому для того, чтобы

минимизировать вероятность неверной коннотации фрейма, важно, чтобы он имел минимальное количество интерпретаций, был «устойчив» и опирался на укоренившиеся в конкретном информационном пространстве установки [13].

Представляется интересным рассмотрение фрейминга в качестве стратегии медиадискурса, понимаемого как «совокупность всех процессов и продуктов речевой деятельности в сфере СМИ» [2]. Однако функционирование СМИ, в свою очередь, зависит от предрасположенностей и характеристик аудитории, а также и от господствующих в обществе интерпретационных схем [19]. В процессе соотнесения информации с когнитивными паттернами получатели сообщения ориентируются на знаки и символы сообщения, через которые выражается эффект фрейминга [18]. В медиадискурсе фреймы могут проявляться посредством клише, штампов, прецедентных высказываний, имен и метафор. Согласно типологии фреймов, предложенной Ван Горпом, фреймы обнаруживаются через латентные приемы аргументации (обоснование причинно-следственных связей) и высказывания, рассмотренные в контексте распространенных в культуре архетипов и ценностей [22].

В рамках политических медиакommunikаций фрейминг оказывает влияние на то, каким образом политические интересы и идеи выражаются в публичной сфере. Фрейм выступает реально существующим и активно функционирующим структурным элементом современных политикокультурных пространств, он обладает способностью мотивировать мышление и поведение субъектов политики [4]. С помощью фрейминга политические акторы получают возможность влиять на общественное мнение посредством «продвижения и конструирования выгодных для себя метальных образов и оценочных матриц конкретных фрагментов социальной реальности и манипулирования заключениями» [3].

Существует множество причин, которые сподвигают политиков к использованию фрейминга в своих публичных высказываниях: манипулирование общественным мнением с помощью фрейминга позволяет идентифицировать себя и свой политический курс, консолидировать аудиторию, легитимизировать свои действия и формировать ограниченный набор вариантов решения насущных проблем и мнений [3].

В качестве иллюстрации рассмотрим с помощью дискурс-анализа материалы публичных выступлений, официальных заявлений и предвыборных роликов президентской кампании Эмманюэля Макрона. Первый президентский срок Макрона

начался с победы на выборах 2017 г. Свое решение баллотироваться на второй срок он огласил официально 3 марта в *Lettre aux français* (Письмо гражданам Франции) [10]. От процедуры публичных дебатов с другими кандидатами Макрон отказался, сославшись на то, что в сложившихся условиях кризиса в Европе он «не может оставить свои прямые обязанности президента» [23]. Однако после оглашения результатов первого тура выборов Макрону все же пришлось принять участие в дебатах, где он встретился со своей соперницей за пост президента Марин Ле Пен.

В начале предвыборной кампании Макрон был обвинен в использовании своего официального канала в социальных сетях для проведения агитации среди населения, поскольку агитация с аккаунта высшего политического деятеля страны (даже если это был его личный аккаунт) ставила его в неравное положение со остальными кандидатами на пост президента [12]. По признанию самого кандидата, на момент 2022 г. в обществе бытовало мнение, что «Макрон – это президент для богатых», его имидж и политика воспринимались отстраненными от основного населения Франции [7]. Для того, чтобы разрушить этот образ и показать близость кандидата к народу, в предвыборной кампании активно использовался фрейм «обычного человека». Предвыборная команда запустила своего рода реалити-сериал «*Le Candidat*», рассказывавший о закулисе кампании Макрона. В серии видео было показано, как кандидат волнуется перед выступлениями, разговаривает о футболе, прогуливается по набережной, совершенно случайно встречая своих избирателей, обедает со своей командой и шутит с гримером [7]. В роликах Макрон активно использует в разговоре с подчиненными жаргонную лексику, например, называя их «*les gars*» (ребята) [7].

Само название кампании Макрона «*Nous tous*» (все мы) отсылает к единству кандидата со своими избирателями. В публичных обращениях Макрон всегда использует «мы», рассказывая ли о достижениях своего первого президентского срока («мы снижали налоги и противостояли ковиду»), о планах на следующий президентский срок («мы сделаем экономику Франции еще более независимой») [10; 5]. Подобным образом дискурс политика создает у аудитории ощущение причастности, будто бы каждый слушатель напрямую принимает участие в управлении государством. В этой связи можно говорить об использовании фрейма «народное участие».

Иллюстрацией подобного фрейма служит попытка наладить обратную связь с населением, предпринятая Макроном еще во время президентского срока. В январе 2019 г.

Макрон на сайте правительства призвал граждан высказаться и поделиться своими предложениями по поводу проводимой в стране политики, однако круг тем был сужен до четырех, «отвечающих интересам нации», а к каждой теме были приложены примерные вопросы, отчасти задающие результаты ответов: «Как должен быть профинансирован экологический переход: через налоги или сборы?», «Кто в большей степени должен оплачивать эти налоги?» [17]. В результате предложения граждан Франции в рамках озвученных интерпретационных схем в большинстве своем совпали с оглашенным позднее решением правительства.

В рамках президентской кампании Макрон прибегал к использованию фрейма «продолжение успехов». Многочисленные упоминания достижений пятилетнего срока президента подкреплялись историями людей, чье благосостояние и жизнь в целом улучшились в результате проводимых реформ. Выстроенная причинно-следственная связь подводила к выводу о том, что «если вы и дальше хотите подобных положительных изменений, сделайте правильный выбор в апреле» [9]. Представленные доказательства имели целью убедить избирателей, что именно с Макроном «мы продолжим делать Францию и Европу более сильными, независимыми от других» [5].

Макрон много говорил о французах как о «выдающейся нации», «защитниках демократических идеалов», тем самым транслируя фрейм «народ-эксперт» [7; 8]. После «возвышения» своих сограждан, кандидат подводил их к идее о том, что такие «разбирающиеся» люди точно не могут ошибиться в своем выборе, поэтому и должны проголосовать за него. Когда Макрона спрашивают, думает ли он, что он опять сможет выиграть эти выборы, он отвечает: «Французы – политическая нация. Они все чувствуют и их доверие не так просто получить. Но мне уже удавалось это сделать» [7]. Признавая политическую власть масс, выраженную в голосовании, Макрон задает риторические вопросы: «Хотите ли Вы Францию прогресса и процветания?», снабжая аудиторию готовым ответом: «Тогда присоединяйтесь к нам!» [8].

Основным противником Макрона на президентских выборах выступала кандидат от партии «Национальное объединение» Марин Ле Пен. В своих публичных заявлениях Макрон не мог обойти стороной вопрос политического противостояния и активно продвигал фрейм «лучшая альтернатива», играя на контрасте между своей политической программой и программой Ле Пен. Так, отвечая на вопрос журналиста о недостаточной эффективности своей экологической политики, Макрон предлагает «выбрать Ле Пен,

которая хочет демонтировать ветряки» [6]. Говоря о партии Национальное объединение, Макрон всячески стремился очернить образ своего соперника, заявляя, что «Национальное объединение» – «наследники тех, против кого боролся де Голль», а «их партия финансируется из-за границы» [8; 20]. Вместе с тем Макрон открыто называет Ле Пен «ужасной альтернативой», которая «ставит под угрозу вашу жизнь и безопасность» [8]. На фоне этого в серии видео присутствуют отвлеченные размышления Макрона о том, как сложно быть президентом, и что не каждый человек смог бы справиться с этой работой, однако ему это удавалось [7].

Таким образом, в ходе анализа фрейминговых конструкций в президентской кампании Макрона были выявлены основные фреймы, использованные политиком для оказания воздействия на общественное мнение. Макрон осуществлял легитимацию своей политики во время первого президентского срока посредством фрейма «народное участие». Использование фреймов «народ-эксперт» и «продолжение успехов» позволило кандидату манипулировать выводами избирателей с целью привлечения большего количества голосов на свою сторону. С помощью фрейма «обычный человек» кандидатом на пост президента была предпринята попытка самоидентификации как близкого к народу политика, а фрейм «лучшая альтернатива» ставил перед избирателями риторический вопрос: «Кто, если не Макрон?». Обозначенные фреймы оказывали влияние на формирование благоприятного имиджа Макрона на выборах 2022 г., в результате которых ему удалось повторно занять пост президента Франции.

Библиографический список:

1. Бойчук Е. И. Специфика идиолекта Э. Макрона в контексте его политической деятельности / Е. И. Бойчук, В. И. Певтиев // Верхневолжский филологический вестник. 2020. № 3. С. 104-111.
2. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2006. № 2. С. 20-32.
3. Пономарев Н. Ф. Медиафрейминг как ключевая дискурсивная стратегия // Власть. 2013. № 9. С. 93-97.
4. Шестов Б. Н. Медийные технологии влияния на политическую культуру // Известия Саратовского университета. Социология. 2017. № 3. С. 358-364.

5. Clip officiel de campagne d'Emmanuel Macron [Electronic resource] // YouTube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=euzlLbiuL3c&list=PLOitQA7zrTQXa1d0nyRoOPkTy-BoyMXId> (accessed date: 10.01.2024)¹.
6. Emmanuel Macron était l'invité du JT de France 2 [Electronic resource] // YouTube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=G5o2Vva4yv0> (accessed date: 09.01.2024)².
7. Emmanuel Macron, le Candidat. | Épisode 1 - 8 [Electronic resource] // YouTube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=vT1uvtxMxPE> (accessed date: 09.01.2024)³.
8. Emmanuel Macron avec vous à Paris La Défense Arena [Electronic resource] // YouTube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=fnPrPR2jBkQ> (accessed date: 09.01.2024)⁴.
9. Nous tous, le clip officiel de campagne d'Emmanuel Macron (version courte) [Electronic resource] // YouTube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=U0Luunm5CHE&list=PLOitQA7zrTQXa1d0nyRoOPkTy-BoyMXId&index=3> (accessed date: 10.01.2024)⁵.
10. Présidentielle : la lettre d'Emmanuel Macron aux Français [Electronic resource] // Les Echos. Available at: <https://www.lesechos.fr/elections/candidats/document-presidentielle-la-lettre-demmanuel-macron-aux-francais-1391222> (accessed date: 07.01.2024).
11. Druckman J. On the limits of framing effects: Who can frame? // The Journal of Politics. 2001. No. 63. Pp. 1041-1066.
12. Emmanuel Macron sermonné pour son usage des réseaux sociaux, son équipe demande que les candidats élus soient soumis aux mêmes règles [Electronic resource] // Le Monde. Available at: <https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2022/03/11/le-candidat-emmanuel-macron-sermonne-par-la-commission-nationale->

¹ РКН: иностранный владелец ресурса нарушает закон РФ

² РКН: иностранный владелец ресурса нарушает закон РФ

³ РКН: иностранный владелец ресурса нарушает закон РФ

⁴ РКН: иностранный владелец ресурса нарушает закон РФ

⁵ РКН: иностранный владелец ресурса нарушает закон РФ

[de-controle-de-la-campagne-electorale-pour-son-usage-des-reseaux-sociaux_6117105_6059010.html](#) (accessed date: 07.01.2024).

13. Entman R. Framing: towards clarification of a fractured paradigm // Journal of communication. 1993. No. 43(4). Pp. 51-58.

14. Gamson W. Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach / W. Gamson, A. Modigliani // American Journal of Sociology. 1989. No. 95(1). Pp. 1-37.

15. Goffman E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Boston: Northstream University Press, 1986. 612 p.

16. Lecheler S. News framing and public opinion: a mediation analysis of framing effect on political attitudes / S. Lecheler, C. de Vreese // Journalism and mass communication quarterly. 2012. No. 616. Pp. 185-204.

17. Lettre aux Français [Electronic resource] // L'Élysée. Available at: <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2019/01/13/lettre-aux-francais> (accessed date: 07.01.2024).

18. Simon H. Sciences of the artificial. Cambridge: MIT Press, 1981. 247 p.

19. Scheufele D. Framing as a theory of media effects // Journal of communication. 1999. Vol. 49, No. 1. Pp. 103-122.

20. Replay du débat d'Emmanuel Macron et Marine Le Pen, en intégrale [Electronic resource] // YouTube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=elgTG9oDiJY> (accessed date: 10.01.2024)¹.

21. Tversky A. The Framing of Decisions and the Psychology of Choice / A. Tversky, D. Kaneman // Science. 1981. Vol. 211, No. 4481. Pp. 453-458.

22. Van Gorp B. Where is the Frame? // European Journal of Communication. 2005. No. 20(4). Pp. 484-507.

23. Vidéo. Présidentielle: Emmanuel Macron «ne fera pas de débat avec les autres candidats avant le 1er tour» [Electronic resource] // SUD OUEST. Available at: <https://www.sudouest.fr/elections/presidentielle/video-presidentielle-emmanuel-macron-ne-fera->

¹ РКН: иностранный владелец ресурса нарушает закон РФ

[pas-de-debat-avec-les-autres-candidats-avant-le-1er-tour-9561988.php](https://www.dubna.ru/pas-de-debat-avec-les-autres-candidats-avant-le-1er-tour-9561988.php) (accessed date: 07.01.2024).

Kazimirova V. V. **Framing in Emmanuel Macron's 2022 presidential campaign**

Framing acts as an effective strategy of political communication, allowing the communicator to influence the formation of public opinion and decision-making. The framing mechanism is used during the presidential campaign in order to create an attractive image of the candidate in the eyes of voters. The article examines the main framing constructions used in public statements by Emmanuel Macron during his 2022 presidential campaign in France. The use of the frames «people-expert», «continuation of success», «ordinary person», «the best alternative» had a favorable image impact in the 2022 elections, as a result of which Macron re-assumed the post of president of France.

Keywords: framing, frame analysis, presidential campaign, strategy, Emmanuel Macron.

УДК 32

Ф. Синь

Теория властного транзита в критическом дискурсе

Аннотация:

Теория транзита власти представляет собой современное направление в социологии международных отношений, рассматривающее прогресс развивающихся стран в качестве основного фактора военных конфликтов между крупными державами. Стремительный рост ряда развивающихся стран в XXI в. ослабил абсолютное доминирование прежних держав, усилил их ощущение кризиса и беспокойства, в связи с чем теория получила широкую популярность. В контексте того, что теория транзита власти широко используется при исследовании китайско-американских отношений, ее изучение имеет определенную теоретическую ценность и практическую значимость для понимания сути властного транзита между крупными державами.

Ключевые слова: транзит власти, доминирующая держава, возвышающаяся держава, соотношение сил, столкновение интересов, международный порядок.

Об авторе: Синь Фанин, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, магистрант факультета мировой политики; эл. почта: 1032185346@pfur.ru

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

Теория транзита власти рассматривает влияние мощи растущих держав в контексте международных отношений. В соответствии с этой теорией сочетание двух факторов – равенства сил между крупными державами и недовольства развивающихся стран статусом-кво – побуждает последних превращаться в «ревизионистские страны» и бросать вызов международному порядку, что в итоге нередко приводит к конфликтам. Крупномасштабная война наиболее вероятна тогда, когда недовольная держава уравновешена по силе с доминирующим государством. «Восходящие страны»

формируются на фоне установленного существующего международного порядка, их сила обычно быстро растет и, как ожидается, будет продолжать расти. Постепенно такие страны начинают конкурировать с доминирующими державами, поскольку осознают, что лидирующее положение принесет больше выгод и привилегий, нежели подчиненное. Таким образом, цель потенциальных «стран-вызовов» – занять место доминирующей державы и изменить международный порядок [7, с. 54].

Впервые теория властного транзита была представлена профессором Мичиганского университета А. Органски в работе «Мировая политика» (1958 г.). По мнению исследователя, международное общество представляет собой иерархический порядок с пирамидальной структурой, в процессе развития которого страны делятся на «страны-гегемоны» и «восходящие страны». Изменение соотношения власти между ними повышает вероятность конфликта и в итоге способствует изменениям в международном порядке. Основной фактор, способствующий эволюции международной системы, – это открытое вооруженное столкновение, которое разрастается, когда растущая страна догоняет доминирующую державу по параметрам экономической производительности, численности населения и политической силы. Кроме того, неудовлетворенность растущей державы своим положением в прежнем распределении благ еще больше подталкивает ее к желанию бросить вызов существующей системе [8, с. 56].

Согласно А. Органски, критерий оценки страны как потенциального нового лидера международного порядка заключается в превышении (или достижении) 80% совокупной мощности растущей державы от мощности доминирующей. Такая страна будет рассматриваться как вызов для нынешней гегемонистской власти. А. Органски утверждает, что дисбаланс сил поддерживает мир и, наоборот, условия относительного равенства создают потенциал для конфликта. Равновесие оказывается предупреждающим знаком потенциального конфликта [10, с. 156]. Кроме того, возникновение конфликта зависит не только от соотношения сил между двумя сторонами, но и от таких факторов, как наличие у стран противоречивых фундаментальных интересов.

Теория А. Органски получила широкую популярность и множество сторонников. Так, в работе «Паритет власти и война: оценка и расширение военного счета» (1996 г.) Дж. Куглер и Д. Лемек описывают взаимосвязь между транзитом власти и вероятностью открытого военного конфликта. По мнению авторов, когда мощь страны продолжает расти, у нее возникает желание демонстрировать и осуществлять свою власть за

пределами государства, что становится серьезной движущей силой для проведения авантюрной внешней политики [5, с. 367].

В XXI в. применение теории транзита власти в сфере международных отношений становится все более распространенным. В работе «Транзит власти: стратегия 21 века» (2000 г.) Р. Таммен и Дж. Куглер высказывают ряд предсказаний о грядущем столетии [10, с. 123]. Основываясь на основных положениях А. Органски о состоянии международной системы, Д. Лемек предложил многоуровневую модель, которая не только нацелила теорию транзита власти на межгосударственный уровень, но и сосредоточилась на уровне региональном, что значительно расширило исследовательское поле теории властного транзита [9].

Первоначально А. Органски определил коннотацию теории как «процесс смены власти, при котором статус первоначальной доминирующей державы снижается, а затем статус восходящей державы повышается и приобретает статус доминирующей державы вследствие неравномерного развития национальной мощи в мировой политике» [8, с. 25]. Судя по концептуальному определению А. Органски, различия во внутреннем развитии крупных стран выступают основой содействия транзита власти, однако более поздние теоретики дополнили это положение. Так, У. Ким и С. Гейтс предложили «теорию транзита альянса», указав, что усиление власти крупными державами посредством альянсов оказывается ключевым фактором в продвижении процесса властного транзита [4, с. 223].

Возникновение теории открывает новую перспективу в изучении международных отношений, однако одновременно с этим способствует развитию стратегической конкуренции между крупными державами – зачастую теория лежит в основе политики сдерживания мирной динамики развивающихся стран со стороны доминирующих держав [1].

Теория транзита власти чрезмерно подчеркивает антагонизм между развивающимися и лидирующими странами, тем самым усугубляя между ними взаимное недоверие и стратегическую конкуренцию, что сказывается на стабильном и мирном существовании государств. После окончания Холодной войны мир пережил ряд резких изменений: распад СССР и Организации Варшавского договора, установление однополярного мира во главе с США, возникновение новых государств [3 с. 380]. Все это обострило глобальные проблемы, связанные с угрозами терроризма, безопасностью

общественного здравоохранения, защитой окружающей среды и т.д. Подобный фон побуждает страны к установлению стабильного международного порядка, однако оптика теории властного транзита может оказывать негативное воздействие на международное сотрудничество.

Согласно теории, доминирующая страна находится на вершине мировой политической иерархии, обладая глобальным влиянием. Однако, когда сила восходящей и доминирующей страны уравниваются, существующий принцип распределения интересов больше не может удовлетворять желания восходящей страны, изменение международного порядка становится для нее неизбежным выбором. Таким образом, чтобы справиться с потенциальными угрозами, доминирующая страна своевременно корректирует глобальную стратегическую структуру и реализует политику сдерживания. Негативное позиционирование теории транзита власти в отношении целей подъема развивающихся стран побуждает доминирующие страны принимать против них чрезмерные меры предосторожности. Это закономерным образом влияет на формирование внешней политики развивающихся стран и сокращает их дипломатическое пространство.

Будучи основателем современного международного порядка, США по итогам Холодной войны создали систему свободной торговли и коллективной безопасности с Организацией Объединенных Наций в качестве главного органа, тем самым утвердив свою позицию мирового гегемона. В начале XXI в. США все чаще предпринимает последовательные односторонние действия и вводит произвольные санкции против других стран в силу своего гегемонистского статуса, чтобы ослабить их национальную мощь. После финансового кризиса 2008 г. экономический рост в США постепенно замедлился, а развивающиеся страны, такие как Китай, Индия и др. начали сокращать разрыв с США.

Теория транзита власти слишком прямолинейна в демонстрации связи между транзитом власти и потенциальным военным конфликтом. С точки зрения теории, желание восходящей державы изменить международный порядок будет противоречить интересам державы-гегемона, и две страны смогут разрешить свои конфликты только посредством вооруженного столкновения [2, с. 27; 9]. Предполагается, что передача власти между крупными державами вызовет борьбу за гегемонию. Например, в тех случаях, когда новые восходящие державы бросают вызов доминирующим, будь то экспансионистская агрессия Германии в Европе в начале XX в. или войны Японии с

другими азиатскими странами, намерения обеих состояли в том, чтобы создать новый порядок, в центре которого будут находиться они сами. Агрессивное поведение спровоцировало реакцию со стороны доминирующих держав, что в итоге спровоцировало мировую войну.

На наш взгляд, цели стремительного развития Китая не всегда интерпретируют адекватно. Как указывает Я. Сюэтуан, рост мощи страны недостаточен для того, чтобы оказать фундаментальное воздействие на трансформацию международной системы, имеющей три составляющие: совокупность международных субъектов, международную структуру и международные нормы, – для запуска такой трансформации необходимы изменения как минимум в двух из них [11, с. 6]. Последствия транзита власти в этом контексте не предопределены, а возможность военного конфликта нельзя назвать фатальной.

Теория транзита власти игнорирует готовность развивающихся стран поддерживать международный порядок и возможность доминирующих стран его пересмотреть. Традиционная теория транзита власти утверждает, что развивающиеся страны существуют в международном порядке, установленном доминирующей страной. По мере развития они, скорее всего, будут недовольны своим положением, в то время как бенефициар существующего порядка продолжит сохранять статус-кво. Однако практика международных процессов показывает, что развивающиеся страны нередко становятся сторонниками и защитниками существующего порядка, несмотря на возможное недовольство [6, с. 1].

Ярким примером выступают Китай и Индия – самые густонаселенные страны в мире. Они последовательно встали на путь реформ и открытости, активно интегрировались в мировую систему, где доминируют западные державы, став в этой системе весьма заметными игроками. Во многом Китай и Индия стали защитниками международной стабильности. Как один из постоянных членов Совета Безопасности ООН, Китай активно поддерживает роль ООН в сохранении стабильности в мире.

Таким образом, несмотря на то что теория властного транзита объясняет многие явления международных отношений, ее нельзя назвать универсальной. Из-за присущих самой теории недостатков и редукционизма она не может рассматриваться в качестве теоретической основы для прогнозирования военных конфликтов. Представляется, что

транзит власти – это постепенный и длительный процесс, который может быть реализован мирными средствами.

Библиографический список:

1. Дегтерев Д. А. США – КНР: «Властный транзит» и контуры «конфликтной биполярности» / Д. А. Дегтерев, М. С. Рамич, А. В. Цвык // Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. 2021. №2. С. 210-231.
2. Цимин Ю. Теория транзита власти и ее критика // Форум мировой экономики и политики. 2018. №3. С. 42-61.
3. Goh E. Institutions and the great power bargain in East Asia: ASEAN's limited «brokerage» role // International Relations of the Asia – Pacific. 2011. No. 3. Pp. 373-401.
4. Kim W. Power transition theory and the rise of China / W. Kim, S. Gates // International Area Studies Review. 2015. No. 3. Pp. 219-226.
5. Kugler J. Parity and War: Evaluation and Extensions of the War Ledger / J. Kugler, D. Lemek. Michigan: University of Michigan Press, 1996. 400 p.
6. Lumin Z. Quanli zhuanyi lilun de yanbian, pipan jiqi qishi / Z. Lumin, H. Haibin // Yibin xueyuan xuebao. 2021. No. 7. Pp. 1-7.
7. Organski A. The War Ledger / A. Organski, J. Kugler. Chicago: University of Chicago Press, 1980. 299 p.
8. Organski A. World Politics. New York: New York Knopf, 1958. 496 p.
9. Qiming Y. Zhongmei shili duibi bianhua dui guoji zhixu de yingxiang: quanlizhuanyi he xinziyou zhidu zhuyi de bijiao yanjiu // Guoji zhanwang. 2019. № 2. С. 21-39.
10. Tammen R. Power transitions: strategies for the 21st century / R. Tammen, J. Kugler. New York: Chatham House Publishers of Seven Bridges Press, 2000. 244 p.
11. Xuotong Y. Quanli zhongxin zhuanyi yu guoji tixi zhuanbian // Dangdai yatai. 2012. No. 6. Pp. 4-21.

Xin F. The theory of power transit in critical discourse

The theory of the transit of power is a modern trend in the sociology of international relations, considering the progress of developing countries as the main factor in military conflicts between major powers. Since the beginning of the 21st century, the rapid growth of new powers has greatly weakened the absolute dominance of the former powers, increased their sense of crisis and anxiety, and therefore the theory has gained wide popularity. In the context of the fact that the theory of transit of power is widely used in the study of Sino-American relations, its study has a certain theoretical value and practical significance for understanding the essence of power transit between major powers.

Keywords: transit of power, dominant power, uplifting power, balance of forces, clash of interests, international order.

УДК 343.983

К.Т. Адаменко

Судебная компьютерно-техническая экспертиза: специфика назначения и производства

Аннотация:

Статья посвящена компьютерно-технической экспертизе, ее предмету и целевой установке. Автор рассматривает понятия компьютерно-технической экспертизы, описывает этапы подготовки к ее назначению и производству. Показаны проблемы осуществления компьютерно-технического исследования, в частности, отсутствие нормативных требований к квалификации эксперта и к экспертным учреждениям, неразработанность методик. Сделан вывод о необходимости назначения компьютерных экспертиз для разрешения судебных дел.

Ключевые слова: судебная экспертиза, компьютерно-техническая экспертиза, эксперт, назначение и производство экспертизы.

Об авторе: Адаменко Ксения Тимуровна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, студент кафедры «Безопасность в цифровом мире»; эл. почта: karlovaeva667@gmail.com

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

С каждым годом мировая наука углубляется в развитие технического потенциала и информационных технологий. Однако, несмотря на существенные успехи в этой области, человечество еще не научилось давать отпор преступлениям в сфере компьютерной информации. Между тем, подобные преступления лидируют по числу совершенных противоправных деяний и объему наносимого ими ущерба. В соответствии с данными информационного агентства ТАСС, В России за 11 месяцев 2022 г. зарегистрировано 9983 кибермошенников, а это на 45% больше по сравнению с 2021 г. [1]. Имеют место такие

инциденты, как атаки сайтов государственных органов, массовые утечки персональных данных физических лиц из банковских баз, преступления с применением шпионского программного обеспечения, мошенничества в социальных сетях, атаки на IT-компании и блокчейн-проекты, кража их конфиденциальных сведений. Резкий рост и совершенствование алгоритма и технологии организации кибермошенничеств в значительной мере обусловлены высокой степенью латентности (не все подобные преступления были зарегистрированы), а также увеличившейся активностью населения по использованию интернет-ресурсов и развитием новых способов платных услуг и сервисов [8].

В большинстве случаев противоправные деяния в сфере компьютерной информации и техники совершаются с использованием персональных данных и реквизитов электронных средств платежа, которыми киберпреступники овладевают в ходе утечек из организаций. Нередко сами граждане сообщают эти данные под влиянием угроз, манипуляций или злоупотребления доверием. В этой связи особую значимость и актуальность приобретает судебная компьютерно-техническая экспертиза. Предметом такой экспертизы выступает исследование закономерностей характера разработки и эксплуатации компьютерных средств, задействованных в уголовном (или гражданском) деле. Компьютерно-техническая экспертиза – самостоятельный род судебных экспертиз в классе экспертиз инженерно-технических. Она проводится в «целях определения статуса объекта как компьютерного средства, выявления и изучения его следовой картины в расследуемом преступлении, получения доступа к информации на носителях данных с последующим всесторонним ее исследованием» [3, с. 35].

Авторитетный отечественный специалист в области криминалистики и судебной экспертизы Е. Р. Россинская в своих работах анализирует корректность понятия, характеризующего исследование компьютерной техники и информации. Так, по мнению ученого-юриста, «вид экспертизы, в ходе которой изучается техника и ее компоненты, называется компьютерно-технической экспертизой, потому что своим началом вычислительная (или же компьютерная) техника напрямую обязана как раз инженерно-техническим наукам. Известный термин «компьютерная техника», который исторически включает в себя все виды обеспечения автоматизированных систем управления (математическое, лингвистическое, техническое, программное, информационное и другие), по сути, является прародителем сегодняшнего названия «судебная компьютерно-техническая экспертиза» [4, с. 510]. Можно согласиться с тем, что это понятие адекватно

задачам, которые стоят перед экспертами в процессе исследования, оно целесообразно, так как оно наиболее полно отражает границы исследуемых объектов – от аппаратных устройств и до программного обеспечения и информационных данных.

Судебная компьютерно-техническая экспертиза позволяет ответить на вопросы, требующие специальных познаний. Подготовка к ее назначению состоит из нескольких этапов: постановки задач экспертизы; определения материалов уголовного дела, содержащих исходные сведения для экспертизы и подлежащих копированию и представлению в распоряжение эксперта; отбора объектов экспертизы; формулирования и процессуального оформления решения о назначении экспертизы; выбора экспертного учреждения.

О назначении экспертизы выносятся определение или постановление, которые обязательны для исполнения экспертами или учреждениями, ответственными за ее проведение [7]. В определении же указываются основания для назначения экспертизы, данные об эксперте и месте проведения экспертизы, экспертные вопросы и материалы, предоставляемые в его распоряжение. Особенностью назначения и производства компьютерно-технического исследования выступает наличие в определении (постановлении) записи о разъяснении эксперту его прав и обязанностей, а также уведомление его об уголовной ответственности о даче заведомо ложного заключения.

После вынесения определения экспертная организация, куда оно поступило, выбирает эксперта, обладающего необходимыми навыками в области компьютерной техники и компьютерных систем. Руководитель экспертной организации разъясняет эксперту его права и обязанности, предупреждает об уголовной ответственности за ложное заключение. Далее эксперт строит план исследования, производит первичный осмотр объектов, представленных на экспертизу, изучает материалы дела. Затем специалист организации проводит само исследование, используя специальную методику, разработанную для судебного изучения компьютерных информационных средств, а также другие инструментальные, технические, криминалистические средства.

Согласно теории судебной экспертизы, задачи, решаемые в ходе компьютерно-технической экспертизы, базируются на ее предмете и делятся на диагностические и идентификационные. При решении последних идентифицируется система, устанавливается аутентичность информации на электронных носителях через исполнителя (по определенным характеристикам места его расположения) и через общий источник

происхождения (или производства) программы. Диагностические задачи более объемны, поскольку при их разрешении определяются вид, свойства, фактическое состояние, механизм работы, условия использования изучаемых объектов, изучается факт наличия дефектов, устанавливается причинная связь между использованием конкретных ресурсов компьютерных средств и результатами их применения [6, с. 528].

В нормативных актах, регулирующих судебно-экспертную деятельность, не содержится особых требований к производству компьютерно-технических исследований, поэтому компьютерная экспертиза осуществляется по общим принципам. Наиболее часто обращают внимание на распространенную ошибку, связанную с формулированием вопросов правового характера эксперту, например, «считается ли установленное на данном устройстве программное обеспечение контрафактным?». Такая формулировка недопустима в силу процессуальных требований, поскольку приводит к пересечению компетенции суда, отвечающего в выносимом им акте на вопросы правового характера, и эксперта как обладателя специальных знаний (но не правовых). Многие судебные эксперты пришли к более корректной формулировке подобного вопроса: «Является ли установленное программное обеспечение лицензионным?», «Имеются ли признаки нарушения условий лицензии изготовителя при инсталляции и (или) ином использовании такого программного обеспечения?» [2, с. 13].

Качество и достоверность экспертного заключения, в частности, в области судебной компьютерно-технической экспертизы, зависят во многом от одного из ключевых аспектов процессуального назначения судебной компьютерно-технической экспертизы – постановки вопросов эксперту. Трудности при формулировании вопросов объясняются отсутствием знаний у должностного лица, которым выносится определение о назначении судебной экспертизы, в области технической терминологии и «компьютерных» знаний. В связи с этим необходимо при постановке вопросов эксперту привлекать специалиста в области компьютерных информационных средств, что может впоследствии значительно облегчить и детализировать задачи, которые поставит перед собой эксперт в ходе исследования. Точные и полные ответы эксперта на вопросы помогут суду (судье) вынести мотивированное, законное и обоснованное судебное решение.

Исходя из сказанного выше, следует сгруппировать экспертные вопросы следующим образом:

– диагностические вопросы о параметрах электронно-вычислительных устройств и их комплектующих (технические характеристики самого устройства, его деталей и периферийных устройств, например, каковы технические характеристики мобильного устройства iPhone 12 pro max);

– диагностические вопросы о технических характеристиках информационно-вычислительной сети и/или пригодности конкретного аппаратного обеспечения для использования в информационно-телекоммуникационных сетях (например, возможно ли с мобильного устройства Samsung Galaxy S20 осуществлять телефонные звонки при отсутствии подключения к мобильной сети, и если да, то каким способом);

– диагностические вопросы о факте внесения изменений в конструкцию электронно-вычислительных устройств, носителей информации и пр. (например, осуществлялось ли изменение раздела на жестком диске);

– диагностические вопросы о технических характеристиках и параметрах программного обеспечения, установленного в электронно-вычислительном устройстве (например, под управлением каких операционных систем возможен запуск и работа программного обеспечения);

– диагностические вопросы о факте наличия или отсутствия тех или иных следов (в том числе цифровых) совершения конкретных действий с информацией, хранящейся на электронно-вычислительном устройстве (например, применялись ли для ограничения доступа к информации пароли, скрытые файлы, программы защиты; предпринимались ли попытки несанкционированного доступа);

– идентификационные вопросы об установлении принадлежности сетевого адреса, адреса электронной почты, id-адреса страницы в социальной сети конкретному лицу (например, принадлежит ли web-страница интернет-сайта Иванову И.И.). Приведенные вопросы могут быть изменены в зависимости от фабулы расследуемого киберпреступления [5, с. 179].

При производстве и назначении компьютерной экспертизы важно учитывать, что должностные лица в названии этого документа обычно не указывают вид назначаемой экспертизы, ограничиваясь родовым названием. О конкретном виде экспертизы (аппаратно-компьютерная, программно-компьютерная, информационно-компьютерная, компьютерно-сетевая экспертиза) можно получить представление из анализа вопросов,

ставящихся перед экспертом и предоставляемых в распоряжение эксперта материалов [10].

Этот недостаток не представляет собой нарушения процессуального законодательства, однако игнорирование в постановлении о назначении экспертизы ее конкретного рода и вида, а также некорректное указание такой информации может повлечь за собой непонимание сути компьютерного исследования экспертом и даже нерелевантный выбор судебно-экспертного учреждения для проведения экспертизы. В результате может возникнуть потребность в проведении повторной или дополнительной экспертизы. Из этого логически вытекает необходимость наделения эксперта правом корректировать список и содержание вопросы (в соответствии с правилами, предусмотренными ч. 2 ст. 204 УПК РФ).

С каждым днем растет число экспертных организаций, заявляющих о наличии высококвалифицированных экспертов в сфере компьютерных средств, выполняющих исследование в крайне сжатые сроки и опирающихся на лженаучные методики исследования. Однако в законодательстве отсутствует перечень квалификационных требований, определяющих компетентность эксперта. Наличие технического образования и многолетнего опыта работы не дает основания предполагать, что имеющиеся у такого эксперта специальные знания позволят квалифицированно, достоверно и четко ответить на вопросы экспертизы. Например, эксперт может иметь опыт в области аппаратных средств, но не обладать знаниями в сфере сетевых технологий и телекоммуникационных сетей и, соответственно, не сможет ответить на вопросы, например, касающиеся установления неправомерного доступа к серверу какого-либо государственного учреждения [9].

Так, по факту возбуждения уголовного дела по признакам преступления, предусмотренного ч.2 ст. 228 УК РФ в ходе личного досмотра у гражданина С. был изъят мобильный телефон марки «Samsung» с сим-картой «МТС». Следователь постановил назначить «компьютерную судебную экспертизу». На разрешение эксперту были поставлены следующие вопросы: 1) Имеется ли в представленном на экспертизу объекте информация, содержащая переписку в программах обмена сообщениями? 2) Имеется ли в представленном на экспертизу объекте информация, содержащая историю посещения сети «Интернет» либо аналогичных сетей? 3) Имеется ли в представленном на экспертизу телефоне информация, содержащая графические изображения? Поставленные вопросы в

рамках фабулы дела корректны, а значит ответы эксперта будут наиболее полными и станут основой достоверного и допустимого доказательства по уголовному делу. Однако названа экспертиза в постановлении неточно, ее правильное название – «судебная компьютерно-техническая экспертиза».

Таким образом, основным пробелом в части законодательного порядка назначения и проведения судебной компьютерно-технической экспертизы остается отсутствие нормативных требований к квалификации эксперта, экспертным учреждениям, научным методикам по порядку производства судебной экспертизы экспертными учреждениями; отсутствие в определении (постановлении) о назначении судебной экспертизы указания на конкретный вид компьютерной экспертизы, некорректная постановка вопросов эксперту должностным лицом по причине отсутствия специальных знаний; постановка вопросов правового характера, на которые эксперту отвечать по закону не допускается.

Назначение и производство судебной компьютерно-технической экспертизы сталкивается с рядом проблем, включая недостатки процессуальной части назначения и производства компьютерной экспертизы, непроработанность требований, предъявляемых к судебным экспертам и судебно-экспертным учреждениям. Успешное производство судебной компьютерно-технической экспертизы требует синергии технических знаний, высококвалифицированных специалистов и понимания судебной системы, а также уточнения процессуальных деталей ее назначения.

Библиографический список:

1. В России в 2022 году установили 10 тыс. кибермошенников [Электронный ресурс] // ТАСС. Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/16747991> (дата обращения: 26.10.2023).
2. Вехов В. Б. Получение компьютерной информации от организаторов ее распространения в сети интернет при расследовании преступлений / В. Б. Вехов, В. Ф. Васиков // Российский следователь. 2018. № 3. С. 11-15.
3. Россинская Е. Р. Проблемы использования специальных знаний в судебном расследовании компьютерных преступлений в условиях цифровизации // Вестник университета им. О.Е. Кутафина (МГЮА). 2019. №5. С. 35-36.
4. Россинская Е. Р. Судебная экспертиза в гражданском, арбитражном, административном и уголовном процессе: монография. М.: Норма; Инфра-М, 2018. 576 с.

5. Семикаленова А. И. Использование специальных знаний при обнаружении и фиксации цифровых следов: анализ современной практики / А. И. Семикаленова, И. А. Рядовский // Актуальные проблемы российского права. 2019. № 6(103). С. 178-184.

6. Сысенко А. Р. Проблемы назначения и производства судебной компьютерно-технической экспертизы / А. Р. Сысенко, И. С. Смирнова, С. Е. Тимошенко // Сибирское юридическое обозрение. 2020. Т. №17, № 4. С. 523-533.

7. Федеральный закон от 31 мая 2001 года №73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» (с изменениями от 01.07.2021 г.) [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и научно-технической информации. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901788626> (дата обращения: 28.10.2023).

8. Suspected key figure of notorious cybercrime group arrested in joint operation [Electronic resource] // Interpol. Available at: <https://www.interpol.int/en/News-and-Events/News/2023/Suspected-key-figure-of-notorious-cybercrime-group-arrested-in-joint-operation> (accessed date: 26.10.2023).

9. The importance of closing the knowledge gap between software and law enforcement [Electronic resource] // Camera Forensics. Available at: <https://www.cameraforensics.com/blog/2023/06/29/the-importance-of-closing-the-knowledge-gap-between-software-and-law-enforcement/> (accessed date: 26.10.2023).

10. What are the 4 Common Types of Digital Forensics [Electronic resource] // Salvation DATA. Available at: <https://www.salvationdata.com/knowledge/types-of-digital-forensics/> (accessed date: 26.10.2023).

Adamenko K.T. Forensic computer-technical expertise: the specifics of the purpose and production

The article is devoted to computer-technical expertise, its subject and target setting. The author defines the concept of computer-technical expertise, describes the stages of preparation for its appointment and production. The problems of the implementation of computer-technical research are touched upon, in particular, the lack of regulatory requirements for the qualification of an expert and for expert institutions, the lack of development of methods. It is concluded that it is necessary to appoint computer examinations to resolve court cases.

Keywords: forensic examination, computer-technical expertise, expert, appointment and production of expertise.

УДК 316

Ю.Н. Погребняк

Личность в фокусе культурного разнообразия: феномен инклюзии

Аннотация:

Статья посвящена актуальным вопросам культурной интеграции и инклюзии в современном многонациональном обществе России в контексте глобализации и миграционных процессов. Автор рассматривает изменения в социальном пространстве и личностном развитии индивидов, акцентируя внимание на необходимости адаптации личных жизненных стратегий и понимания себя в условиях возрастающего культурного разнообразия. В работе подчеркивается важность межкультурного обмена, уважения и глубокого понимания культурных различий для достижения гармонии в поликультурном обществе. Особое внимание уделяется роли образования, социальных служб, законодательной поддержки и гражданской активности в формировании инклюзивного общества, подкрепляющего культурное многообразие как ресурс устойчивого и мирного развития.

Ключевые слова: инклюзия, идентификация, культурное разнообразие, культура, образование, социальная среда, интеграция.

Об авторе: Погребняк Юлия Николаевна, МГТУ им. Н.Э. Баумана, студент кафедры социологии и культурологии; эл. почта: pogrebnyakyun@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

Современный мир характеризуется глубокими качественными изменениями: развитием новых способов коммуникации, процессами глобализации, трансформацией экономических процессов. Эти изменения затрагивают и личностное пространство индивида. В прошлом жизненные этапы человека, такие как вступление в брак и выбор

вероисповедания, были строго определены общественными нормами и правилами. Сейчас же все больше аспектов жизни становятся предметом личного выбора, что подразумевает необходимость для каждого принимать на себя ответственность за последствия своих решений, независимо от того, будут они позитивными или негативными. Вместе с тем «текучая» современность рождает необходимость адаптации жизненной стратегии человека, его глубинное понимание себя.

Культурное разнообразие современного мира подобно большой мозаике, сочетающей различные традиции, обычаи, культурные и профессиональные нормы, ценностные системы. Это представляет собой большую значимость, поскольку во взаимодействии различных форм мышления (а разные культуры – это именно разные формы мышления) создаются совершенно новые смыслы, концепции, понимание человека и его места в мире. Разнообразие общественной жизни формирует спектр возможностей для обмена опытом, поскольку представители разных культур привносят специфические подходы к решению практических задач в трудовой, учебной, творческой и иной деятельности.

В этой связи культурное разнообразие побуждает в современном индивиде уважение к Другому, гибкость ума в понимании того, как люди могут совершенно по-разному мыслить и реагировать на одни и те же ситуации в зависимости от специфики культурного кода. С другой стороны, культурные различия неизбежно порождают коммуникативные барьеры, поскольку далеко не каждый человек способен избавиться от устойчивых стереотипов и принять иной взгляд на мир. В этой связи важно развивать в человеке открытость к диалогу, знакомить его с разнообразием национальных культур, что особенно актуально для многонациональной России.

По мысли основоположника теории идентичности, американского психолога Э. Эриксона, непрерывное взаимодействие между индивидом и социально-культурной средой оказывается ключевым. Поскольку современный мир есть информационное глобальное сообщество, где технологии мгновенной передачи информации играют ключевую роль, то у современного человека появляются возможности для культурного диалога и обмена информацией без необходимости живого контакта с представителем другой культуры [4].

Культурное взаимодействие и адаптация человека в современном социуме осложняется высокой динамикой социальной жизни. Научно-технический прогресс

ускоряет социально-экономические процессы, за которыми не всегда «успевает» духовная сфера общества. В результате человек начинает переживать внутренний конфликт, когда социальная реальность требует от него новых, еще неувоенных паттернов поведения. Ярким примером служат мигранты, сформировавшиеся как личности в рамках одной культурной системы, но проживающие в условиях иной. Подобная культурная разница нередко воспринимается как враждебная и порождает как внутренний конфликт личности, так и внешние конфликты между культурными и этническими группами [6].

В частности, конфликты на этнической и культурной почве все чаще возникают в странах Западной Европы, имеющих тенденцию к постоянному увеличению миграционного потока. За короткий промежуток времени мигранты не могут полностью адаптироваться к европейской культурной среде, в процессе коммуникации с местным населением они ощущают себя чужими. Наконец, старшие поколения разделяют более консервативные ценности и часто оценивают миграционную политику в негативном ключе. И для Европы, и для России характерна высокая доля мигрантов, при этом автохтонное население демонстрирует тенденцию к снижению рождаемости, в то время как рождаемость в эмигрантской среде остается высокой [2].

В этой связи актуальной становится концепция инклюзии. Она направлена на включение в систему социальных отношений как отдельных людей, так и целые группы, влияя на различные аспекты социальной жизни. Инклюзия снимает барьеры, препятствующие полноценному участию индивида в жизни общества, интегрируя тех, кто испытывает социальное отчуждение. В контексте борьбы с социальной изоляцией значительный вес приобретает социальная работа. Профессионализация такой деятельности в последней половине двадцатого века способствовала появлению новых задач, в числе которых – решение проблем наиболее незащищенных слоев общества.

Социальная инклюзия выступает ключевой концепцией социальной работы, которая преодолевает дискриминацию и общественные отчуждение, а также способствует вовлечению в социальную жизнь маргинализированных групп. При этом в академических источниках инклюзия интерпретируется двояко: во-первых, как противовес эксклюзии (исключения) и, в то же время, как концепция, имеющая более узкое значение по сравнению с идеей социальной интеграции; во-вторых, как стратегия интеграции людей с особыми потребностями в стандартные социальные процессы через создание

специфических условий, учитывающих уникальные характеристики и потенциал каждого индивида в обществе [1].

Основная цель инклюзивных программ – это разрушение барьеров социальной изоляции, возникающей в результате предвзятого отношения к различиям, будь то этническая принадлежность, социальный статус, национальность, физические или умственные способности, поведенческие особенности и прочее [3]. Эти инициативы стремятся обеспечить адаптацию и успешное включение в общество детей и подростков, сталкивающихся с уникальными образовательными вызовами из-за их особых условий развития – физических, психологических или социальных, а также тех, кто находится в сложных жизненных обстоятельствах, включая детей мигрантов, беженцев, сирот, детей, оставшихся без родительской опеки, девиантную молодежь. В контексте важности социальной интеграции и культурного участия основное внимание уделяется необходимости обеспечения всех слоев населения доступом к высококачественному образованию и их активному включению в общественную жизнь.

С другой стороны, концепция эксклюзии – исключения из социального контекста – подразумевает ряд негативных явлений, влияющих на различные аспекты человеческого существования. Отсутствие эффективной социализации в различные периоды развития человека приводит к трудностям в личностном развитии, профессиональной идентификации и удовлетворении собственных потребностей. Такие проблемы часто становятся результатом психологических травм и могут серьезно подорвать качество жизни индивида.

Анализ терминов «интеграция» и «инклюзия» позволяет сделать вывод о том, что если интеграция касается общества в целом, то инклюзия фокусируется на индивидуальном или групповом уровне. Часто предполагается, что интеграция служит основой и начальным шагом к достижению инклюзии. Кроме того, в академической среде различают социальную и образовательную интеграцию. Под образовательной интеграцией понимают создание условий и возможностей для получения образовательных и психолого-педагогических услуг лицами с особыми потребностями (например, людьми с инвалидностью или ОВЗ) и теми, кто находится в группе высокого риска социального исключения, включая сирот, детей без родительского попечения, детей из социально неблагополучных семей и иностранных студентов.

Цель социальной интеграции заключается в том, чтобы облегчить процесс вливания молодых людей с особыми потребностями в обширные социальные связи, особенно в образовательном контексте, куда они стремятся интегрироваться. Этот процесс не только способствует включению личности в разнообразные группы и социальные взаимодействия, но и предусматривает организацию общих действий, включая обучение, досуг, работу и другие виды деятельности.

Инклюзивное образование стремится к созданию безграничных возможностей для обучения людей всех возрастов — от детства до зрелого возраста. Это направление акцентирует внимание на идентификации и устранении барьеров полноценной социальной жизни, стремится к равенству в образовательном процессе и занимается анализом и устранением причин, по которым общество может ограничивать доступ к знаниям. Выпадая из социальной системы, человек рискует выпасть и из других социальных структур, в которые он переходит. В этом случае доступ к образовательным, социальным, культурным и экономическим благам новой для себя группы и системы социальных отношений может помочь ему интегрироваться, преодолеть те социальные и культурные преграды, тем самым способствуя его успешной адаптации в иную систему социальных отношений.

Одним из ключевых направлений инклюзии выступает ресурсный подход, рассматривающий ресурсы, которые необходимы для человека, нуждающегося в социальной интеграции. Другим инклюзивным направлением становится концепция нормализации, суть которой заключается в изучении и реализации тех условий, с помощью которых можно уравнивать социальные возможности людей, имеющих трудности с интеграцией с полноценно включенными в социальную жизнь. Так, например, для людей с ограниченными возможностями создается доступная среда, благодаря которой человек в инвалидной коляске может беспрепятственно перемещаться в помещении. Таким образом, задача социальной системы состоит в том, чтобы уравнивать, т.е. нормализовать возможности разных людей и социальных групп [5].

В современной России, где мультикультурное общество развивается на фоне глобализации, стратегия улучшения инклюзивных практик требует комплексного подхода, основанного на глубоком понимании и уважении культурного многообразия. Необходимо акцентировать внимание на образовании как на фундаменте инклюзивного общества. В свою очередь, это означает пересмотр учебных программ в направлении

углубления знаний о различных культурах и традициях проживающих в России народов с целью формирования у учащихся уважительного отношения к национальному и культурному разнообразию. Особое внимание следует уделить подготовке педагогических кадров, способных не только передавать знания, но и развивать навыки межкультурной коммуникации среди учеников.

Другим шагом на пути к созданию инклюзивного общества может стать укрепление социальных служб и ориентация таких органов на работу в поликультурной среде, т.е. через создание специализированных программ для поддержки представителей различных групп. Прежде всего, это затрагивает языковой и культурный аспекты, и подразумевает создание бесплатных курсов русского языка, истории, основам права. Важно, чтобы люди включались именно в систему социальных отношений, поэтому подобные курсы можно реализовывать в горизонтальном формате взаимодействия, путем создания клубов или кружков, где люди, уже находящиеся в системе социальных отношений российского общества, помогали бы новым членам этого общества постепенно в него интегрироваться и усваивать социальные и культурные нормы.

Наконец, не стоит забывать и про государственную инклюзивную политику. Российское государство развивается в направлении гражданского общества, поэтому важно стремиться к формированию частных инициатив, поддерживаемых государством через благоприятную законодательную систему и административную поддержку, стимулирование общественных организаций, инициатив и проектов, направленных на социальную интеграцию и поддержку культурного разнообразия российского общества. Стратегия улучшения инклюзивных практик требует совместных усилий органов власти, образовательных институтов, социальных служб, иных общественных организаций и граждан.

Библиографический список:

1. Багдасарова Д. Э. Инклюзия как структурный элемент развития информационного общества [Электронный ресурс] / Д. Э. Багдасарова, И. Г. Самкова // *Universum: общественные науки: электронный научный журнал*. 2023. № 5(96). Режим доступа: <https://7universum.com/ru/social/archive/item/15566> (дата обращения: 30.03.2024).
2. Благилова Е. Н. Социокультурная инклюзия: дефиниции и позитивные отечественные практики // *Вестник культуры и искусств*. 2019. № 3(59). С. 73-81.

3. Малофеев Н. Н. От равных прав к равным возможностям, от специальной школы к инклюзии // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2018. № 190. С. 8-15.

4. Мамедов А. К. Теоретические подходы к пониманию идентичности в современной социологической науке / А. К. Мамедов, О. И. Якушина // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2015. № 1. С. 43-59.

5. Судакова Н. Е. Инклюзия как ценностное ядро философии гуманизма // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15., № 1. С. 21-31.

6. Терборн Г. Мультикультурные общества // Социологическое обозрение. 2001. Т. 1, № 1. С. 50-67.

*Pogrebnyak Yu. N. **Personality in the focus of cultural diversity: the phenomenon of inclusion***

The article is devoted to topical issues of cultural integration and inclusion in the modern multinational society of Russia in the context of globalization and migration processes. The author examines the changes in the social space and personal development of individuals, focusing on the need to adapt personal life strategies and self-understanding in conditions of increasing cultural diversity. The work emphasizes the importance of intercultural exchange, respect and a deep understanding of cultural differences in order to achieve harmony in a multicultural society. Special attention is paid to the role of education, social services, legislative support and civic engagement in the formation of an inclusive society that reinforces cultural diversity as a resource for sustainable and peaceful development.

Keywords: inclusion, identification, cultural diversity, culture, education, social environment, integration.