

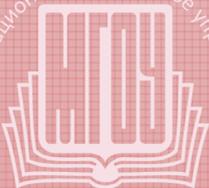
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

Вестник МГОУ



ПОЛИТОЛОГИЯ

Информационно-издательское управление



ФИЛОЛОГИЯ



2 / 2021

ПСИХОЛОГИЯ

ISSN (Online) 2224-0209

ВЕСТНИК МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБЛАСТНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Основан в 2010 году

№ 2 / 2021

**Сетевое научное издание, включенное в Перечень ВАК
по следующим научным специальностям:**

- 23.00.01 – Теория и философия политики, история и методология политической науки (политические науки);
- 23.00.02 – Политические институты, процессы и технологии (политические науки);
- 19.00.05 – Социальная психология (психологические науки);
- 19.00.07 – Педагогическая психология (психологические науки);
- 10.02.19 – Теория языка (филологические науки).

BULLETIN OF MOSCOW STATE REGION UNIVERSITY

Founded in 2010

№ 2 / 2021

**The journal is included in the list of peer-reviewed scientific publications
of the Higher Attestation Commission in the following groups of scientific
specialties:**

- 23.00.00 – Political Science (23.00.01 – Theory and Philosophy of Politics,
History and Methodology of Political Science,
23.00.02 – Political Institutions, Processes and Technologies);
- 19.00.00 – Psychological sciences (19.00.05 – Social psychology,
19.00.07 – Pedagogical psychology);
- 10.02.00 – Philological Sciences, Linguistics (10.02.19 Language Theory).

Учредитель издания:

Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
Московский государственный областной университет

Выходит 4 раза в год

Редакционная коллегия

Главный редактор:

Абрамов А.В. – к.пол.н., доц., Московский государственный областной университет

Заместители главного редактора:

Крамаренко Н. С. – д.псх.н., доц., проф. Московский государственный областной университет;

Левченко М.Н. – д.филол.н., проф., Московский государственный областной университет.

Раздел «Политология»

Багдасарян В.Э. – д.и.н., проф., Московский государственный областной университет;

Вилков А.А. – д.пол.н., проф., Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского;

Егоров В.Г. – д.и.н., проф., Московский государственный областной университет;

Комлева Н.А. – д.пол.н., проф., Уральский федеральный университет имени Б.Н. Ельцина;

Манойло А. В. – д.пол.н., проф., Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова;

Маркаров А.А. – д.пол.н., проф., Ереванский государственный университет (Армения), Армянский филиал Института стран СНГ (Ереван);

Мартынов М.Ю. – д.пол.н., доц. Сургутский государственный университет;

Сельцер Д.Г. – д.пол.н., проф., Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина;

Соловьев А.И. – д.пол.н., проф., Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова;

Федорченко С. Н. – к. п. н., доц., Московский государственный областной университет;

Феофанов К.А. – д.пол.н., проф., Московский государственный технологический университет «СТАНКИН»;

Шириняц А.А. – д.пол.н., МГУ имени М.В. Ломоносова;

Штоль В.В. – д.пол.н., проф., Центрально-Европейский университет в Скалице (Словакия).

Раздел «Психология»

Бауэр Елена Анатольевна – д. псих. н., член-корреспондент РАО;

Карабанова О.А. – д. псих. н., проф., Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова;

Носс И.Н. – д.псх.н., проф., Московский государственный областной университет;

Скрипкина Т.П. – д.псх.н., проф., Российский государственный гуманитарный университет;

Степанов В.Г. – канд. псх.н., проф., Московский педагогический государственный университет;

Суворова О.В. – д.псх.н., проф., Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина;

Толстикова С.Н. – д.псх.н., доц., Московский городской педагогический университет;

Цветкова Н.А. – д.псх.н., доц., Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы.

Раздел «Филологические науки»

Алефиренко Н.Ф. – д.филол.н., проф., Белгородский государственный национальный исследовательский университет;

Иссерс О.С. – д.филол.н., Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского;

Леденёва В.В. – д.филол.н., проф., Московский государственный областной университет;

Маркова Е.М. – д.филол.н., проф., Московский государственный областной университет;

Мокиенко В.М. – д.филол.н., проф., Санкт-Петербургский государственный университет;

Никитин О.В. – д.филол.н., проф., Московский государственный областной университет;

Радченко М.В. – д.филол.н., проф., Задарский университет (Хорватия);

Симашко Т.В. – д.филол.н., проф., Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова (г. Архангельск);

Сипко Йосеф – к.филол.н., доктор, проф., Прешовский университет (Словакия);

BULLETIN MRSU

Electronic scientific journal «Bulletin MRSU» was established in 2010. Founder: Moscow Regional State University.

The journal is registered at the Federal Service for Supervision of Compliance with Legislation of Mass Media and Protection of Cultural Heritage. Registration Certificate ЭЛ № 00С77-43477.

The journal is included in the database of the Russian Science Citation Index (RSCI).

ISSN (Online) 2224-0209.

Included in world's largest overseas databases of abstracts: open access journals DOAJ (Directory of Open Access Journal), Ulrichsweb, EBSCO.

Electronic scientific journal publishes results of scientific research in human sciences. The journal is intended for researchers, secondary and high school teachers, graduate and undergraduate students, anyone who is interested in the achievements of Russian science. The journal is published 4 times a year.

Editorial board

The editor-in-chief:

Abramov Andrey V. — Ph. D. in Political Sciences, Associate Professor.

The deputy editors:

Levchenko Marina N. — Doctor of Philology, Professor of Moscow State Regional University;

Kramarenko Natalya S. — Doctor of Psychology, Associate Professor of Moscow State Regional University;

Section "Political Science"

Bagdasaryan Vardan E. — Doctor of Historical Sciences, Professor of Moscow State Regional University;

Vilkov Aleksandr A. — Doctor in Political Sciences, Professor, Saratov state University named after N. G. Chernyshevsky;

Egorov Vladimir G. — Doctor of History, Professor of Moscow State Regional University;

Manoilo Andrei V. — Doctor in political Sciences, Professor Moscow state University named after M. V. Lomonosov;

Komleva Natalya A. — Doctor of Political Sciences, Professor of the Urals Federal University named after Yeltsin B.N.;

Markarov Alexander A. — Doctor of Political Sciences, Professor of Yerevan State University (Armenia), Armenian branch of the Institute of the CIS (Yerevan);

Martynov Mikhail Y. — Doctor of Political Sciences, associate professor Surgut state University;

Sel'tser Dmitrii G. — Doctor of political Sciences, Professor Tambov state University named after G. R. Derzhavin;

Solov'ev Aleksandr I. — Doctor of political Sciences, Professor Moscow state University. M. V. Lomonosov;

Fedorchenko Sergei N. — PhD in Political Sciences, Associate Professor Moscow Region State University;

Feofanov Konstantin A. — Doctor of political Sciences, Professor, Diplomatic Academy of the MFA of Russia;

Shirinyants Aleksandr A. — Doctor of political Sciences, candidate of philosophical Sciences, head of chair of history of socio-political doctrines, faculty of political science of Moscow state University named M.V. Lomonosov;

Stoll Vladimir V. — Doctor of Political Sciences, Professor of Central European university in Skalitsa (Slovakia).

Section "Psychology"

Bauer Elena A. — Doctor of psychological Sciences, corresponding member of RAE;

Karabanova Olga A. — Doctor of psychological Sciences, Professor Moscow state University named after M. V. Lomonosov;

Noss Igor N. — doctor of psychological Sciences, Professor, Professor of Moscow State Regional University;

Skripkina Tat'yana P. — doctor of psychological Sciences, Professor Russian state University for the Humanities;

Stepanov Vladimir G. — candidate of psychological Sciences, Professor, Moscow state pedagogical University;

Tolstikova Svetlana N. — Doctor of Psychology, Associate Professor of Moscow City Pedagogical University;

Tchvetkova Nadejda A. — Doctor of Psychology, Associate Professor of Saint Petersburg State Institute of Psychology and social work.

Section "Philology"

Aliferenko Nikolay F. — Doctor of Philology, Professor of Belgorod State National Research University;

Issers Oksana S. — Doctor of philological Sciences of Omsk state University n. a. F. M. Dostoevsky;

Ledeneva Valentina V. — Doctor of philological Sciences, Professor, Professor Moscow State Regional University;

Markova Elena M. — Doctor of Philology, Professor of Moscow State Regional University, Cyril and Methodius University in Triava, (Slovakia);

Mokienko Valery M. — Doctor of Philology, Professor of Saint Petersburg State University;

Nikitin Oleg V. — Doctor of philological Sciences, Professor, Professor Moscow state regional University;

Radchenko Marina V. — Doctor of Philology, Professor of Zadar university (Horvatia);

Simashko Tatyana V. — Doctor of Philology, Professor of Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov (Archangelsk);

Sipko Joseph — Ph. D. In Philology, Doctor, Professor (Preshov University (Slovakia)).

COTACT US:

Address: 105005, Moscow, Radio street, 10a, office 98.

Telephone: +7 (495) 780-09-42 add. 1740

<https://evestnik-mgou.ru/>

E-mail: info@evestnik-mgou.ru, e-mag@mgou.ru

КОНТАКТЫ:

Адрес: г. Москва, ул. Радио, д.10А, офис 98

Телефон: (495) 780-09-42 (доб. 1740)

<https://evestnik-mgou.ru/>

E-mail: info@vestnik-mgou.ru, e-mag@mgou.ru

ПОЛИТОЛОГИЯ

Ежов Д. А.ДИНАМИКА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ИНСТИТУТА ВЫБОРОВ В РОССИЙСКОМ
МАССОВОМ СОЗНАНИИ 8**Есиев Э. Т.**ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МОБИЛИЗАЦИИ В БЕЛОРУССКИХ
ПРОТЕСТАХ НА ПРЕДВЫБОРНОМ ЭТАПЕ..... 23**Зорин В. Ю., Каменских М. С.**2020 ГОД В НАЦИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИИ: ИТОГИ, ЗАДАЧИ
И ВЫЗОВЫ НОВОГО ДЕСЯТИЛЕТИЯ 38**Капицын В. М., Симонова А. И.**ВЕЛИКАЯ ПОБЕДА В ПОЛИТИКЕ ПАМЯТИ: ВОЙНЫ ЗА ИДЕНТИЧНОСТЬ
МОЛОДЁЖИ..... 51**Кецба В. И., Кецба Б. И.**ПОЛИТИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ОБРАЗ РОССИИ В МАССОВОМ
СОЗНАНИИ ГРАЖДАН СРЕДНЕГО ВОЗРАСТА 67**Кротков В. О.**КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОТЕСТА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ
ОСНОВАНИЯ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА..... 80**Ланда К. Г., Курбанова А. М.**РОЛЬ ДАГЕСТАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ТРАНСФОРМАЦИИ РЕЛИГИОЗНО-
ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНФЛИКТА..... 94**Манойло А. В.**

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА И НОВАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ (II)..... 110

Шмелева О. Ю.ПАНДЕМИЯ COVID-19 И ВОСПРИЯТИЕ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА
РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖЬЮ (НА МАТЕРИАЛЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ
ОБЛАСТИ)..... 149

ПСИХОЛОГИЯ

Баркова Ю. К., Селезнева Е. В., Сиягин Ю. В.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИЙ
О ФАКТОРАХ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КОМАНДЫ И ИХ
ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ 166

Скрипкина Т. П.

ТРАНЗИТИВНО-ТУРБУЛЕНТНОЕ ОБЩЕСТВО: ПРОБЛЕМЫ ЛИЧНОСТИ
И ОБРАЗОВАНИЯ 188

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Кузницина Е. С.

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА 209

Райскина В. А.

УСТНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ
И КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СРЕДНЕВЕКОВОЙ
РЕКЛАМЫ 219

Юкина Е. Ю.

ЧЕЛОВЕК И КОШКА: НЕСТАНДАРТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ
ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ 237

POLITICAL SCIENCE

D. Ezhov

DYNAMICS OF THE INSTITUTE OF ELECTIONS REPRESENTATION IN THE RUSSIAN MASS CONSCIOUSNESS 9

E. Esiev

INTERNET TECHNOLOGIES OF POLITICAL MOBILIZATION IN BELARUSIAN PROTESTS AT THE PRE-ELECTION STAGE 24

V. Zorin, M. Kamenskikh

YEAR 2020 IN NATIONAL POLICY OF RUSSIA: RESULTS, TASKS AND CHALLENGES IN THE NEW DECADE 39

V. Kapitsyn, A. Simonova

THE GREAT VICTORY IN THE POLITICS OF MEMORY: THE WARS FOR THE IDENTITY OF YOUNG PEOPLE 52

V. Ketsba, B. Ketsba

POLITICAL AND PSYCHOLOGICAL IMAGE OF RUSSIA IN MASS CONSCIOUSNESS OF MIDDLE AGE GROUPS 68

V. Krotkov

CONCEPTUALIZATION OF POLITICAL PROTEST: THEORETICAL FOUNDATIONS AND RUSSIAN PRACTICE 81

K. Landa, A. Kurbanova

THE ROLE OF DAGESTAN IN TRANSFORMATIONS OF THE RELIGIOUS AND POLITICAL CONFLICT 95

A. Manoilo

INFORMATION WARFARE AND NEW POLITICAL REALITY (II) 111

O. Shmeleva

COVID-19 PANDEMIC AND PERCEPTION OF THE MODERN STATE BY RUSSIAN YOUTH (BASED ON DATA FROM THE NIZHNY NOVGOROD REGION) 150

PSYCHOLOGY*J. Barkova, E. Selezneva, Y. Sinyagin*TOP MANAGERS CONCEPT OF RELATIONSHIP BETWEEN MANAGEMENT TEAM
EFFICIENCY FACTORS AND THEIR VALUE ORIENTATIONS 167*T. Skripkina*

TRANSITIVE-TURBULENT SOCIETY: PROBLEMS OF PERSONALITY AND EDUCATION .. 189

PHILOLOGICAL SCIENCES*E. Kuznitsina*LANGUAGE GAME AS A MEANS OF CREATION AND FUNCTIONING OF ADVERTISING
TEXT 210*V. Rayskina*ORAL PROFESSIONAL COMMUNICATION: SOCIO-CULTURAL AND COMMUNICATIVE-
PRAGMATIC ASPECTS OF MEDIEVAL ADVERTISING 220*E. Yukina*MAN AND CAT: NON-STANDARD COMMUNICATION IN ENGLISH-LANGUAGE
LITERARY TEXTS..... 238

УДК 324

Ежов Д. А.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125993, ГСП-3, г. Москва, Ленинградский проспект, д. 49, Российская Федерация

ДИНАМИКА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ИНСТИТУТА ВЫБОРОВ В РОССИЙСКОМ МАССОВОМ СОЗНАНИИ

АННОТАЦИЯ

Цель. Выработать меры, направленные на популяризацию процедуры выборов в российском массовом сознании и содержательную коррекцию модели восприятия соответствующего института в национальной политико-правовой культуре.

Процедура и методы. Исследование основано на институциональном и психологическом подходах, используются методы наблюдения, анализа ситуации и элементы дискурс-анализа.

Результаты. На основе реконструкции имиджевых характеристик института выборов и анализа актуальных тенденций организации выборов в восприятии избирателей выявлена динамика репрезентации института выборов в российском сознании в период с 2007 г. по настоящее время. С учётом сделанных выводов предложены меры, направленные на повышение интереса к процедуре выборов со стороны электората.

Теоретическая значимость. В исследовании представлен содержащий элементы научной новизны анализ актуальных тенденций организации избирательного процесса, в том числе, новаций 2020 г. (голосование на придомовых территориях, многодневное голосование и т. д.) в ракурсе их восприятия электоратом.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

выборы, электорат, избирательный процесс, массовое сознание, доверие к выборам, легитимность выборов, имидж выборов, ЦИК России

СТРУКТУРА

Введение

Имиджевые характеристики института выборов в рефлексии электората

Актуальные тенденции организации избирательного процесса в контексте их восприятия электоратом

Заключение

D. Ezhov

Financial University under the Government of the Russian Federation
49 Leningradsky prospekt, Moscow 125993, Russian Federation

DYNAMICS OF THE INSTITUTE OF ELECTIONS REPRESENTATION IN THE RUSSIAN MASS CONSCIOUSNESS

ABSTRACT

Aim. To develop the measures aimed at popularizing the election procedure in the Russian mass consciousness and substantial correction of this institution perception model in the national political and legal culture.

Methodology. The research is based on institutional and psychological approaches; methods of observation, situation analysis and elements of discourse analysis are used.

Results. Reconstruction of the image characteristics of the elections institution and analysis of current trends in the elections organization in the perception of voters allowed to identify the dynamics of the elections representation in the Russian consciousness in the period from 2007 to the present. Some measures to increase electorate's interest in the election procedure were proposed on the basis of the study conclusions.

Research implications. The study presents an analysis, with elements of scientific novelty, of current trends in the electoral process organization, including the innovations of 2020 (voting in adjacent (outdoor) areas, multi-day voting, etc.), from the perspective of their perception by the electorate.

KEYWORDS

elections, electorate, electoral process, mass consciousness, trust in elections, legitimacy of elections, election image, CEC of Russia

ВВЕДЕНИЕ

Выборы, являясь одним из наиболее распространённых типов политического участия, традиционно привлекали внимание в силу того, что они представляют собой доступный и легальный механизм формирования органов власти. В то же время, актуальной общемировой тенденцией становится падение интереса к избирательному процессу со стороны электората, выраженное в характерном снижении уровня явки, развивающемся на фоне непредсказуемости производимого выбора. Так, если, например, в период с 1964 г. по 2004 г. явка на выборы Президента США находилась в интервале от 82,26% до 95,83%, то начиная с 2008 г. не был ни разу побит установленный тогда показатель в 70,33%. В исторической ретроспективе демонстрировала тенденцию к снижению и явка на выборы в Европейский парламент в период с 1979 г. по 2009 г. [7]. Впоследствии соответствующий тренд сохранился, однако на выборах в Европейский парламент, прошедших в 2019 г., показатель явки поднялся, превысив психологическую отметку в 50%, что, согласно имеющимся в литературе оценкам, придало большую легитимность Европарламенту [8]. Однако вряд ли достигнутый результат можно считать статистически значимым, принимая во внимание итоги анализа предшествующей ему более чем 30-летней отрицательной динамики.

На этом фоне следует заметить, что уровень явки на федеральных выборах в Российской Федерации изменяется не настолько существенно, находясь в пределах сопоставимых параметров, свойственных общемировым трендам, но и не является высоким. В то же время, катастрофически низкие показатели, свойственные голосованию на выборах регионального, и тем более локального значения, свидетельствуют, с одной стороны, о недостаточной степени информационного сопровождения кампании [11], а с другой – о номинальной степени вовлечённости избирателей как политических акторов в электоральный процесс. Последнее представляется генетически связанным с наблюдаемой в динамике спецификой репрезентации института выборов в российском массовом сознании в условиях доминирования эффектов перформанса и шоу [10], в результате чего констатируется нивелирование ценности выборов как демократической процедуры и института. Соответствующий эффект дополняется ретранслируемыми в информационном пространстве трактовками событий и явлений, сопровождающих избирательный процесс, а также элементами дискурса участников и организаторов выборов, способствующих генерации в массовом сознании устойчивых стереотипов по отношению к выборам как процедуре и институту, что формирует исследовательскую проблему.

В ходе достижения цели исследования, определяемой в качестве выработки мер, направленных на популяризацию процедуры выборов в российском массовом сознании и содержательную коррекцию модели восприятия соответствующего института в национальной политико-правовой культуре, видится необходимым решение ряда задач, обуславливающих структуру исследования. Так, представляется значимыми анализ имиджевых характеристик института выборов в рефлексии электората, а также анализ актуальных тенденций, характеризующих функционирование института выборов и организацию избирательного процесса в России в контексте их восприятия массами.

В своих суждениях автор исходит из гипотезы, что нивелирование ценности института выборов в российском массовом сознании является следствием публичных действий и выступлений некоторых государственных деятелей, олицетворяющих избирательную систему Российской Федерации, а также актуальных тенденций организации выборов в России. Методологическая база исследования включает в себя институциональный и психологический подходы, методы наблюдения, анализа ситуации и элементы дискурс-анализа. В качестве эмпирической основы выступают материалы средств массовой информации, а также тексты выступлений государственных деятелей, в разные годы олицетворявших избирательную систему Российской Федерации. В хронологическом отношении внимание автора сосредоточено на динамике репрезентации института выборов в России в период с 2007 г. по настоящее время, равнозначному срокам пребывания на посту Председателя ЦИК России В. Е. Чурова (2007–2016 гг.) и Э. А. Памфиловой (2016 г. – на-

стоящее время). Выбор хронологического отрезка обусловлен высокой степенью концентрации в указанных временных рамках явлений и процессов, требующих научного анализа в контексте внесения инновационных практик в организацию избирательного процесса.

Теоретическую основу исследования составила совокупность научных трудов, в которых рассматриваются абсентеизм как явление [1; 21], различные аспекты проявления электоральной активности [4; 6; 9; 12; 15; 18; 20; 23], проблемы формирования имиджа выборов и системы избирательных комиссий [2]. Отдельное внимание в контексте выбранной для исследования проблематики необходимо уделить интерпретации проблемы ценности выборов. Характер восприятия ценности выборов как демократической процедуры свободного волеизъявления граждан в массовом политическом сознании определяется как минимум двумя факторами, первый из которых – степень доверия выборам [5; 14] и избирательной системе, а второй – их легитимность [24, с. 66–88]. Взаимосвязь указанных факторов очевидна по той причине, что чем меньше потенциальный избиратель доверяет процедуре выборов и деятельности системы избирательных комиссий, тем больше он будет сомневаться в их легитимности, в том числе, и при оценке результатов. Компенсирующую функцию в части легитимации выборов выполняет институт общественного контроля [3], объектом которого является система избирательных комиссий [19], однако в силу ряда обстоятельств его функционирование далеко от совершенства. В частности, в литературе встречается достаточное количество исследований, в которых с помощью статистических методов выявляются факты фальсификаций на выборах [16; 17]. Правда, здесь необходимо заметить, что выводы и результаты, получаемые вследствие применения математических методов, не могут являться объективным основанием для оценки политических процессов, поскольку создавались для объяснения физических явлений природы; к тому же, если объектами изучения в физике выступают равномерные, равнозначные явления, то общественно-политические процессы в статистическом измерении всегда являются взаимозависимыми, случайными и непредсказуемыми [22].

ИМИДЖЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНСТИТУТА ВЫБОРОВ В РЕФЛЕКСИИ ЭЛЕКТОРАТА

На уровне общественного восприятия имидж института выборов формируется посредством символов, ярлыков и клише, зачастую трансформирующиеся в явления меметической природы, которые закрепляются за персонами, олицетворяющими избирательную систему.

Правомерным представляется констатировать, что имиджевые характеристики института выборов в большей степени были сформированы в период нахождения на посту Председателя ЦИК России В. Е. Чурова. Так, в декабре 2011 г. занимавший на тот момент пост Президента РФ Д. А. Медведев назвал В. Е. Чурова волшебником в ответ на то, что последний заявил о наивысшей

точности своего прогноза по явке на выборы депутатов Государственной думы РФ, состоявшихся накануне¹. Именно таким образом за В. Е. Чуровым закрепился имидж «волшебника», а его ответная реплика президенту, содержащаяся в признании, что он только учится на волшебника, и являющаяся цитатой из советского детского фильма «Золушка» 1947 г., стала основанием для множества мемов. Не лишним будет отметить устойчивость образа «волшебника». В частности, летом 2012 г. В. Е. Чурова встречали песней «Прилетел вдруг волшебник...» на Всероссийском молодёжном образовательном форуме «Селигер». Председатель ЦИК России при общении с участниками политической смены форума охарактеризовал российскую избирательную систему как самую совершенную в мире, прилетев, правда, не в голубом вертолёте, как в известной песне, а на воздушном шаре алого цвета², что, в целом, соответствует тенденции к перформансу. В массовом сознании «волшебство» вошло в устойчивый ассоциативный ряд с объявлением в эфире телеканала «Россия 24» о том, что на выборах в Государственную думу РФ 2011 г. проголосовало 146% избирателей. Обнародование этой информации стало следствием программной ошибки, вызвавшей социально значимые последствия посредством влияния на общественное сознание [13]. Достаточно быстро трансформировавшись в мем, 146% получило известность как «число Чурова».

Впоследствии широко растиражированные высказывания В. Е. Чурова, в частности, такие как: «Я не человек, я Председатель ЦИК», «Критика ЦИК – это такого же ума поступок, как танцевать голым при Луне в 40-градусный мороз на острове Колгуеве», равно, как и его откровенные рассуждения в интервью газете «Комсомольская правда» 2007 г. о приверженности к галстукам со слониками³ и многие другие заявления, сделанные в публичном пространстве, характеризуют его как глубоко ранимую и эмоциональную личность и, в то же время, свидетельствуют о следовании тенденции, выраженной в попытке предельно симплифицировать для широкой аудитории понимание социально значимых процессов путём смещения акцентов и создания эффекта перформативности. Став в 2007 г. Председателем ЦИК России, В. Е. Чуров поклявшись своей бородой, заявил, что сделает все для того, чтобы выборы были честными. Бороду В. Е. Чуров не сбрил, несмотря на то, что депутат от КПРФ А. Локоть преподнёс ему в подарок ножницы в январе 2012 г.⁴, но задал своим намерением определённый тренд. Так, гораздо позднее, кандидат на

¹ Медведев назвал Чурова волшебником // Lenta.ru. 7 декабря 2011 г. URL: <https://lenta.ru/news/2011/12/06/magician/> (дата обращения: 20.12.2020).

² Чуров прилетел на «Селигер» на воздушном шаре // Деловая газета Взгляд. 27 июля 2012 г. URL: <https://vz.ru/news/2012/7/27/590585.html> (дата обращения: 20.12.2020).

³ Председатель Центризбиркома Владимир Чуров: На госдачу не переехал, чтобы не тратить лишний час на дорогу // Комсомольская правда. 1 августа 2007 г. URL: <https://www.ufa.kp.ru/daily/23943/70887/> (дата обращения: 20.12.2020).

⁴ Коммунисты подарили Чурову ножницы // ТАСС. 27 января 2012 г. URL: <https://tass.ru/politika/555558> (дата обращения: 20.12.2020).

выборах Президента РФ от КПРФ П. Н. Грудинин во время интервью Ю. Дудю 6 февраля 2018 г. пообещал сбрить усы в случае, если наберёт на выборах менее 15% голосов избирателей. На выборах он получил результат в 11,77%, и в течение недели снял и опубликовал в интернете видео процесса сбривания усов [10]. Таким образом, П. Н. Грудинин данное им обещание выполнил.

В целом, можно констатировать, что, находясь на посту Председателя ЦИК России, В. Е. Чуров придерживался последовательности в отстаивании имиджа выборов как честной и легитимной процедуры. Сделанное утверждение характерно подтверждается следующим примером. В 2013 г. Центром проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования был подготовлен доклад «Избирательная система и успешность государства». Эксперты, проанализировав официальные результаты выборов с избирательных участков, пришли к выводу, что результаты выборов в Государственную думу РФ в 2011 г. были сфальсифицированы. Также в докладе отмечалось, что В. В. Путин на выборах Президента РФ в 2012 г. одержал честную победу. В. Е. Чуров в ответ на просьбу прокомментировать результаты заявил представителям средств массовой информации, что за комментариями по поводу содержания доклада следует обращаться в лечебные учреждения психиатрического профиля, пообещав дать распоряжение Аппарату ЦИК России подготовить адреса «больницы Кащенко» и «Института Сербского», отметив, что в Санкт-Петербурге можно также посетить «психиатрический центр Скворцова-Степанова»⁵.

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В КОНТЕКСТЕ ИХ ВОСПРИЯТИЯ ЭЛЕКТОРАТОМ

В 2016 г. состав ЦИК России обновился практически на две трети, и Председателем комиссии стала Э. А. Памфилова, являвшаяся Уполномоченным по правам человека в Российской Федерации, что стало само по себе знаковым, а по ряду экспертных оценок свидетельствовало о желании властей повысить доверие общества к избирательному процессу⁶. Новым главой Центризбиркома РФ было объявлено о том, что комиссия приложит все усилия для того чтобы выборы были справедливыми и прозрачными⁷.

В частности, председателем ЦИК России была сделана ставка на интерактивность во взаимодействии с избирателем и открытость избирательной системы к диалогу. Так, 29 октября 2018 г. Э. А. Памфилова во время конференции «Выборы. Сегодня и завтра» объявила среди участников мероприя-

⁵ Чуров переадресовал психиатрам вопросы о победе КПРФ на выборах // Lenta.ru. 13 марта 2013 г. URL: <https://lenta.ru/news/2013/03/13/churov/> (дата обращения: 20.12.2020).

⁶ Вместо волшебника // Lenta.ru. 4 марта 2016 г. URL: <https://lenta.ru/articles/2016/03/04/pamfilovain/> (дата обращения: 20.12.2020).

⁷ Памфилова: основная задача ЦИК – защищать избирательные права граждан // РИА Новости. 23 марта 2016 г. URL: <https://ria.ru/20160323/1395681027.html> (дата обращения: 20.12.2020).

тия импровизированный конкурс на новое название ящика для голосования, в разговорной речи чаще называемого «урной», что вызывает негативные эмоции. Непосредственная аргументация инициатора идеи при этом сводилась к следующему: «...Когда говоришь “избирательный ящик”, все думают, как бы не сыграть в этот ящик. Когда “урна” – все думают: “Прах из урны”. И так далее, ассоциации не очень положительные»⁸. Согласно сообщению Пресс-центра ЦИК России, в комиссию поступило 130 вариантов названия «избирательной урны». Наибольшее количество предложений содержало ключевые слова «корзина», «накопитель», «бокс», «кейс», «короб». Однако, по мнению Председателя ЦИК России, наиболее благозвучным и семантически корректным вариантом остаётся «ящик для голосования»⁹. Именно такое название «ящика для голосования» и было утверждено в результате подведения итогов конкурса, ставшего проявлением равнодушного отношения его участников к теме совершенствования избирательного процесса. При этом важно отметить тот факт, что в действующем законодательстве используется термин «ящик для голосования».

В условиях адаптации к новой реальности, вызванной пандемией коронавирусной инфекции COVID-19, перед ЦИК России встала задача с соблюдением всех демократических норм и санитарных мер обеспечить проведение общероссийского голосования по вопросу одобрения изменений в Конституцию Российской Федерации, вынужденно перенесённого с апреля 2020 г. на июль 2020 г. Одной из новаций, обеспечивающих расширение возможностей для осуществления волеизъявления, стало голосование на придомовых территориях, вошедшее в историю электоральных практик в контексте их репрезентации в массовом сознании как «голосование на пеньках». Соответствующее определение появилось непосредственно в ходе общероссийского голосования по поправкам в Конституцию вследствие того, что некоторые наблюдатели сочли нарушением действия избирательной комиссии в Ульяновской области, члены которой поставили ящик для голосования на большой пень и позволили избирателям заполнить бюллетени там же, а не в отдельной кабинке¹⁰.

В августе 2020 г. на образовательном форуме «Территория смыслов» активист КПРФ спросил у Председателя ЦИК России, не планируется ли для удобства избирателей перед выборами в Государственную думу РФ провести ремонт лавочек и установить новые детские площадки, рассказав, что видел

⁸ Памфилова предложила переименовать урну для голосования // ТАСС. 29 октября 2018 г. URL: <https://tass.ru/politika/5733568> (дата обращения: 20.12.2020).

⁹ Об итогах конкурса на лучшее название ящика для голосования // Центральная избирательная комиссия Российской Федерации (официальный сайт). URL: <http://www.cikrf.ru/news/сес/42021/> (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁰ ЦИК Рекомендует регионам отказаться от голосования «на пеньках» // Российская газета. 16 декабря 2020 г. URL: <https://rg.ru/2020/12/16/cik-rekomenduet-regionam-otkazatsia-ot-golosovaniia-na-penkah.html> (дата обращения: 20.12.2020).

во время общероссийского голосования «такое нововведение, как голосование на детских площадках, на лавочках, на пеньках». Э. А. Памфилова отказалась верить в «голосование на пеньке», несмотря на то, что автор вопроса предложил ей показать упомянутое место, заявив: «Я не думаю, что это было голосование на пеньке. Вот не может этого быть, чтобы было голосование на пеньке», но так и не ответила содержательно по сути вопроса¹¹.

Однако после этого в ЦИК России, со слов Э. А. Памфиловой, было проведено «масштабное расследование», в ходе которого были установлены конкретные факты «голосования на пеньках». В частности, были официально признаны «ульяновский пень», «владимирский пень» и «брянский пень». В результате расследования ЦИК России выяснилось, что «ульяновский пень» находится рядом с частным домом, на нём изъявили желание осуществить волеизъявление пожилые члены живущей там семьи; «владимирский пень» расположен в одной из деревень во Владимирской области и считается популярным местом встреч местных жителей; «брянский пень» использовался пожилой россиянкой, которая перенесла пневмонию и по состоянию здоровья решила голосовать на своей придомовой территории¹². Таким образом, результаты расследования ЦИК России подтвердили факты «голосования на пеньках», отвергаемые ранее Э. А. Памфиловой.

В целях предотвращения дальнейшей практики «голосования на пеньках», столкнувшейся с массой критических замечаний, вызванных очевидными недоработками в части организации мест для голосования, в декабре 2020 г. ЦИК России рекомендовал отказаться регионам от голосования на придомовых территориях¹³, однако имевший место прецедент уже стал неотъемлемой частью электоральной культуры, предметом обсуждения и анализа. Общеизвестен факт, что в конце октября 2020 г. на набережной у Соборной горки в Вологде арт-объект «Пень им. Эллы Памфиловой». Конструкция представляла собой старый пень, к которому была прикреплена табличка с названием арт-объекта, с установленной сверху ковanej урны¹⁴. По прошествии нескольких дней инсталляция была демонтирована, однако её фото широко распространилось в социальных сетях. Э. А. Памфилова, в свою очередь, признала, что ей понравился арт-объект с «пеньком для голосования» в Вологде, и выразила сожаление о факте его демонтажа¹⁵.

¹¹ «Это не пенек, а столп российской избирательной системы!»: в соцсетях обсуждают недоверчивость Эллы Памфиловой // Росбалт. 7 августа 2020 г. URL: <https://www.rosbalt.ru/like/2020/08/07/1857625.html?fromtg=1> (дата обращения: 20.12.2020).

¹² ЦИК вычислила и описала три избирательных пня // Lenta.ru. 14 сентября 2020 г. URL: <https://lenta.ru/news/2020/09/14/pen/> (дата обращения: 20.12.2020).

¹³ ЦИК рекомендует регионам отказаться от голосования «на пеньках» // Российская газета. 16 декабря 2020 г. URL: <https://rg.ru/2020/12/16/cik-rekomenduet-regionam-otkazatsia-ot-golosovaniia-na-penkah.html> (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁴ В Вологде появился пень имени Эллы Памфиловой // Новости Вологодской области. 13 октября 2020 г. URL: <https://newsvo.ru/news/130592> (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁵ Памфилова оценила названный в ее честь арт-объект с пнем в Вологде // РИА Новости. 2 но

В рамках общероссийского голосования была апробирована ещё одна новация – практика «многодневного голосования», впоследствии получившая законодательное оформление и распространившаяся на выборы в рамках последующих избирательных кампаний. В июле 2020 г. ЦИК России разместил в своём официальном аккаунте в Twitter опрос о голосовании на выборах в течение нескольких дней, однако после того как большинство его участников высказались против соответствующей процедуры, опрос был удалён, на что обратили внимание пользователи социальных сетей¹⁶. Глава ЦИК России объяснила факт удаления опроса некомпетентностью сотрудников аппарата: «Это просто неграмотность наших сотрудников, сделали глупость. Кто может вообще размещать в соцсетях какие-то опросы? Все опросы в соцсетях – это соревнование ботов, у кого больше ботов, тот и [побеждает]. Я сегодня дам распоряжение вообще все убрать, потому что глупость. Это нерепрезентативно»¹⁷. Примечательно, что вечером того же дня опрос о поддержке практики многодневного голосования снова появился в Twitter, спустя 50 минут после публикации ответ «нет» выбрали более 95% проголосовавших¹⁸.

Открытость и прозрачность выборов, декларированная Председателем ЦИК России, привела к актуализации феномена «политических лифтов», призванного решить проблему сменяемости элит. В частности, тот факт, что выборы в единый день голосования 13 сентября 2020 г. продемонстрировали широкий спектр политического представительства различных социальных групп, был отмечен Э. А. Памфиловой в рамках встречи с Президентом РФ В. В. Путиным, состоявшейся 6 ноября 2020 г.¹⁹. Впрочем, констатация данного тренда имеет в большей степени манипулятивный контекст. В действительности, своеобразным ответом избирателей на актуальные тенденции в области организации избирательного процесса всё чаще становится непредсказуемый электоральный выбор, но наиболее это представляется характерным для низовых уровней власти. Так, широкий общественный резонанс в российских и зарубежных средствах массовой информации получила победа на выборах главы Повалихинского сельского поселения Чухломского района Костромской области уборщицы М. В. Удгодской, являвшейся по её собственному признанию техническим кандидатом, и опередившей по числу

ября 2020 г. URL: <https://ria.ru/20201102/pamfilova-1582650446.html> (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁶ ЦИК удалил опрос в Twitter, где 93% участников сказали «нет» многодневному голосованию // Znak.com. 23 июля 2020 г. URL: https://www.znak.com/2020-07-23/cik_udalil_opros_v_twitter_gde_93_uchastnikov_skazali_net_mnogodnevnomu_golosovaniyu (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁷ «Сделали глупость» // Znak.com. 23 июля 2020 г. URL: https://www.znak.com/2020-07-23/pamfilova_obyasnila_udalenie_v_twitter_oprosa_po_mnogodnevnomu_golosovaniyu (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁸ ЦИК снова опубликовал в Twitter опрос о многодневном голосовании // Znak.com. 23 июля 2020 г. URL: https://www.znak.com/2020-07-23/cik_snova_opublikoval_v_twitter_opros_o_mnogodnevnom_golosovanii (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁹ Памфилова рассказала о работающих «политических лифтах» в России // REGNUM. 6 ноября 2020 г. URL: <https://regnum.ru/news/polit/3108988.html> (дата обращения: 20.12.2020).

голосов действовавшего главы поселения Н. С. Локтева. После победы она заявила о своем изначальном нежелании идти кандидатом на выборы, прокомментировав результат выборов следующим образом: «Просто не было человека, и я как бы шла подставным. Помочь хотела. Вдвоём с ним [Локтевым] и были. Я ж не думала, что за меня проголосуют, не ожидала такого поворота»²⁰. В конце сентября 2020 г. М. В. Удгодская была выдвинута на Нобелевскую премию мира²¹.

Проанализированные нами актуальные тенденции организации избирательного процесса в России в контексте ракурса, выбранного для исследования, в целом, свидетельствуют о пролонгации тренда в репрезентации института выборов в массовом сознании с учётом имиджевых характеристик, присвоенных ему ранее.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По итогам проведения исследования сделаны следующие выводы.

В восприятии избирательных процедур широкими массами преобладает устойчивый тренд к интерпретации избирательных практик сквозь призму смеховой коммуникации. Кризис доверия к выборам и отношение к их легитимности имеют преимущественно ценностную природу, следствием чего и становится распространение абсентеистских настроений, так как под воздействием выявленных факторов определяется характер восприятия института выборов в российском массовом сознании и формируется отношение к нему, практически выражающееся в пренебрежении возможности волеизъявления.

Репрезентация института выборов в массовом сознании в пределах установленных временных параметров имеет ярко выраженную динамику, характеризующуюся эволюцией форм реакции широких электоральных масс на происходящие процессы в области организации и проведения выборов, а также публичные комментарии на информацию об организационных просчетах, сопровождающих деятельность государственного органа, в компетенцию которого входит реализация соответствующих функций.

Полагаем, что наметившаяся пролонгация тренда в репрезентации института выборов в массовом сознании в актуальном направлении развития может быть скорректирована исключительно в случае кардинального пересмотра подходов к организации и проведению выборов в России, а также интеграции в указанный процесс лиц, обладающих соответствующим уровнем профессиональных компетенций. Корректная реализация предложенных мер в совокупности способна привести к популяризации процедуры выбо-

²⁰ Российская уборщица стала главой поселения и растерялась // Lenta.ru. 23 сентября 2020 г. URL: <https://lenta.ru/news/2020/09/23/rasteryalas/> (дата обращения: 20.12.2020).

²¹ Выигравшая выборы уборщица Удгодская выдвинута на Нобелевскую премию мира // Московский комсомолец. 25 сентября 2020 г. URL: <https://www.mk.ru/politics/2020/09/25/vyigravshaya-vybory-uborshhica-udgodskaya-vydvynuta-na-nobelevskuyu-premiyu-mira.html> (дата обращения: 20.12.2020).

ров в российском массовом сознании, содержательной коррекции модели восприятия соответствующего института, повышению ценности выборов и интереса к ним в национальной политико-правовой культуре.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеев Р. А., Абрамов А. В. Электоральный абсентеизм в России и способы его преодоления (на материалах президентских выборов 2010-2012 годов) // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2016. № 4. URL: <https://vestnik-mgou.ru> (дата обращения: 20.12.2020).
2. Березкина Е. Ю. Особенности и проблемы формирования имиджа органа государственной власти в социальных сетях // Гражданин. Выборы. Власть. 2020. № 3 (17). С. 159–170.
3. Борисов И. Б. Общественный контроль – необходимое звено легитимных выборов // Избирательное законодательство и практика. 2016. № 1. С. 41–45.
4. Быков И. А. Эффект низкой явки на выборах в Государственную думу Федерального Собрания Российской Федерации 2016 г. // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2017. Т. 3. № 2. С. 77–87.
5. Гасанов И. Б. О доверии вообще и к выборам в частности // Гражданин. Выборы. Власть. 2017. № 4. С. 5–38.
6. Голосов Г. В. Честность выборов и явка избирателей в условиях авторитаризма // Политическая наука. 2019. № 1. С. 67–89. DOI: <https://doi.org/10.31249/poln/2019.01.04>.
7. Горчакова О. Г. Анализ трендов избирательной явки за период с 1979 по 2009 годы на примере выборов в Европейский парламент // Социум и власть. 2010. № 4 (28). С. 48–53.
8. Гуселетов Б. П. Европейские выборы 2019 г.: статистика и прогнозы // Научно-аналитический вестник Института Европы РАН. 2019. № 3 (9). С. 44–52. DOI: <https://doi.org/10.15211/vestnikieran320191116>
9. Ежов Д. А. Актуальные тенденции электоральной активности российской молодежи // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7. № 3 (24). С. 356–358.
10. Ежов Д. А. Выборы в условиях шоуизации: технологии и социальные последствия // Вестник Института социологии. 2018. Т. 9. № 2 (25). С. 130–144. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2018.25.2.515>.
11. Ежов Д. А. Стратегия молчания: подведение итогов (К анализу результатов муниципальных выборов в Москве // Власть. 2017. Т. 25. № 10. С. 167–169.
12. Караев Р. Ш., Акопян Л. Р. Детерминанты электоральной пассивности в современной России // Конституционное и муниципальное право. 2017. № 4. С. 46–48.
13. Карпов Ю. Г. Мем «146%»: «рука Москвы» или тривиальная некомпетентность программистов? // Неделя науки СПбПУ: сборник докладов научно-го форума с международным участием / отв. ред. В. М. Якубсон, В. В. Кораблев, С. М. Устинов и др. СПб., 2014. С. 248–254.
14. Киселев В. О. Доверие к политическим институтам в России: опыт социологического мониторинга // Мониторинг общественного мнения: эко-

- номические и социальные перемены. 2014. № 6 (124). С. 51–64. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2014.6.05>.
15. Новосельский С. Ю., Боссердт С. Ю., Халина В. А. Оценка политической активности российских избирателей // Политика, экономика и инновации. 2017. № 1 (11). URL: <https://pei-journal.ru/index.php/PEI/issue/view/11/showToc> (дата обращения: 20.12.2020).
16. Подлазов А. В. Исследование статистических методов выявления выдуманных результатов выборов: Часть 1. Круглые числа // Препринты ИПМ им. М. В. Келдыша № 147 за 2019. 28 с. DOI: <http://doi.org/10.20948/prepr-2019-147>. URL: <http://library.keldysh.ru/preprint.asp?id=2019-147> (дата обращения: 20.12.2020).
17. Подлазов А. В. Исследование статистических методов выявления выдуманных результатов выборов. Часть 2. Сгустки явки и результатов // Препринты ИПМ им. М.В. Келдыша № 20 за 2020. 24 с. DOI: <http://doi.org/10.20948/prepr-2020-20>. URL: <http://library.keldysh.ru/preprint.asp?id=2020-20> (дата обращения: 20.12.2020).
18. Пырма Р. В. Социальные сети и электоральное участие: возможности активации голосования // Гражданин. Выборы. Власть. 2020. № 3 (17). С. 9–32.
19. Савченко М. С., Куемжиева С. А., Гончаров В. В. Система избирательных комиссий в Российской Федерации как объект общественного контроля: конституционно-правовой анализ // Избирательное законодательство и практика. 2020. № 2. С. 38–44.
20. Селезнев П. С., Мокин А. Б., Соболев А. В. Политические технологии увеличения явки электората на выборы как значимая часть избирательной кампании // Гражданин. Выборы. Власть. 2018. № 1. С. 109–125.
21. Симоновили Л. Р. Проблема абсентеизма в избирательном праве современной России // Государственная власть и местное самоуправление. 2016. № 2. С. 3–5.
22. Федоров В. И., Ежов Д. А. Использование математических методов для оценки легитимности выборов: эвристические возможности и ограничения // Избирательное законодательство и практика. 2020. № 4. С. 31–37.
23. Шатилов А. Б. Электорально-политическая активность в российских регионах в период 2013–2017 годов: стабильность и / или инновационное развитие // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2017. Т. 7. № 6 (30). С. 81–87.
24. Электоральные процессы в современном мире / под общ. ред. М. Е. Родионовой, С. Ю. Белоконева, П. С. Селезнева, Д. А. Ежова. М.: КНОРУС, 2020. 492 с.

REFERENCES

1. Alekseev R. A., Abramov A. V. [The electoral absenteeism in Russia and ways to overcome it (based on the 2000–2012 presidential elections)]. In: Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal) [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2016, no. 4. Available at: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 20.12.2020).
2. Berezkina E. Yu. [Special aspects and problems of image formation of public authority in social networks]. In: Grazhdanin. Vyborny. Vlast' [Citizen. Elections. Authority], 2020, no. 3 (17), pp. 159–170.

3. Borisov I. B. [Public control as an integral part of legitimate elections]. In: *Izбирatel'noe zakonodatel'stvo i praktika* [Electoral Law and Practice], 2016, no. 1, pp. 41–45.
4. Bykov I. A. [Effects of low turnout in elections to the State Duma of the Federal Council of Russian Federation 2016]. In: *Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS* [Political Expertize: POLITEX], 2017, vol. 3, no. 2, pp. 77–87.
5. Gasanov I. B. [About trust in general and to elections in particular]. In: *Grazhdanin. Vybory. Vlast'* [Citizen. Elections. Authority], 2017, no. 4, pp. 5–38.
6. Golosov G. V. [Fairness of elections and voter turnout under authoritarianism]. In: *Politicheskaya nauka* [Political Science], 2019, no. 1, pp. 67–89. DOI: <https://doi.org/10.31249/poln/2019.01.04>.
7. Gorchakova O. G. [The turnout trends analysis from 1979 to 2009 on the example of the elections to the European parliament]. In: *Sotziium i vlast'* [Society and Power], 2010, no. 4 (28), pp. 48–53.
8. Guseletov B. P. [European elections 2019: statistics and forecasts]. In: *Nauchno-analiticheskii vestnik Instituta Evropy RAN* [Scientific and Analytical Herald of the Institute of Europe RAS], 2019, no. 3 (9), pp. 11–17. DOI: <https://doi.org/10.15211/vestnikieran320191116>.
9. Ezhov D. A. [Actual trends and factors of the electoral activity of Russian youth]. In: *Azimut nauchnyh issledovaniy: ekonomika i upravlenie* [ASR: Economics and Management], 2018, vol. 7, no. 3 (24), pp. 356–358.
10. Ezhov D. A. [Show-oriented elections: the technologies and social consequences]. In: *Vestnik instituta sotziologii* [Bulletin of the Institute of Sociology], 2018, vol. 9, no. 2 (25), pp. 130–144. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2018.25.2.515>.
11. Ezhov D. A. [Strategy of silence: summing-up (to the analysis of the results of the municipal elections in Moscow)]. In: *Vlast'* [Authority], 2017, vol. 25, no. 10, pp. 167–169.
12. Karaev R. Sh., Akopyan L. R. [Electoral inactivity determinants in contemporary Russia]. In: *Konstituzionnoe i munitzipal'noe pravo* [Constitutional and Municipal Law], 2017, no. 4, pp. 46–48.
13. Karpov Yu. G. [Meme 146%: “the hand of Moscow” or the trivial incompetence of programmers?]. In: *Yakubson V. M., Korablev V. V., Ustinov S. M., eds., et al. Nedelya nauki SPbPU* [Week of Science at Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University]. Saint Petersburg, 2014, pp. 248–254.
14. Kiselev V. O. [Trust in Russian political institutions: sociological monitoring case study]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal], 2014, no. 6 (124), pp. 51–64. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2014.6.05>.
15. Novosel'skii S. O., Boserdt N. Yu., Khalina V. A. [Assessment political activities of the Russian voters]. In: *Politika, ekonomika i innovatzii* [Politics, Economy and Innovations], 2017, no. 1 (11). Available at: <https://pei-journal.ru/index.php/PEI/issue/view/11/showToc> (accessed: 20.12.2020).
16. Podlazov A. V. [A study of statistical methods for identifying fictitious election results: Part 1. Round numbers]. In: *Preprinty IPM im. M. V.*

Keldysha [Keldysh Institute Preprints], 2019, no. 147, 28 p. DOI: <http://doi.org/10.20948/prepr-2019-147>. Available at: <http://library.keldysh.ru/preprint.asp?id=2019-147> (accessed: 20.12.2020).

17. Podlazov A. V. [A study of statistical methods for identifying fictitious election results: Part 2. Clots of turnout and results]. In: Preprinty IPM im. M. V. Keldysha [Keldysh Institute Preprints], 2020, no. 20, 24 p. DOI: <http://doi.org/10.20948/prepr-2020-20>. Available at: <http://library.keldysh.ru/preprint.asp?id=2020-20> (accessed: 20.12.2020).

18. Pyrma R. V. [Social networks and electoral participation: voting activation opportunities]. In: Grazhdanin. Vybory. Vlast' [Citizen. Elections. Authority], 2020, no. 3 (17), pp. 9–32.

19. Savchenko M. S., Kuemzhieva S. A., Goncharov V. V. [The system of electoral commissions in the Russian Federation as a public control object: a constitutional law analysis]. In: Izbiratel'noe zakonodatel'stvo i praktika [Electoral Law and Practice], 2020, no. 2, pp. 38–44.

20. Seleznev P. S., Mokin A. B., Sobolev A. V. [Political technologies aimed at increasing the voter turnout as an important part of electoral campaign]. In: Grazhdanin. Vybory. Vlast' [Citizen. Elections. Authority], 2018, no. 1, pp. 109–125.

21. Simonishvili L. R. [Problem of absenteeism in electoral law of today's Russia]. In: Gosudarstvennaya vlast' i mestnoe samoupravlenie [State Authority and Local Self-government], 2016, no. 2, pp. 3–5.

22. Fedorov V. I., Ezhov D. A. [The use of mathematical methods for the evaluation of legitimacy of elections: heuristic opportunities and limitations]. In: Izbiratel'noe zakonodatel'stvo i praktika [Electoral Law and Practice], 2020, no. 4, pp. 31–37.

23. Shatilov A. B. [Electoral political activity in the Russian regions in the period 2013–2017: stability and / or innovative development]. In: Gumanitarnie nauki. Vestnik Finansovogo universiteta [Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University], 2017, vol. 7, no. 6 (30), pp. 81–87.

24. Rodionova M. E., Belokonev S. Yu., Seleznev P. S., Ezhov D. A., eds. Elektoral'nye procesy v sovremennom mire [Electoral processes in the modern world]. Moscow, KNORUS, 2020, 492 p.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 21.12.2020

Статья размещена на сайте: 20.04.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ежов Дмитрий Александрович – кандидат политических наук, доцент, доцент Департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве Российской Федерации; e-mail: president@lenta.ru

Dmitrii A. Ezhov – Cand. Sci. (Political sciences), Assoc. Prof., Department of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation; e-mail: president@lenta.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Ежов Д. А. Динамика репрезентации института выборов в российском массовом сознании // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru.

Ezhov D. A. Dynamics of the institute of elections representation in the Russian mass consciousness. In: Bulletin of Moscow Region State University (e-journal), 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru.

УДК 32.019.51

Есиев Э. Т.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
119234, г. Москва, ГСП-1, Ломоносовский пр-т, д. 27, корп. 4, Российская Федерация

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МОБИЛИЗАЦИИ В БЕЛОРУССКИХ ПРОТЕСТАХ НА ПРЕДВЫБОРНОМ ЭТАПЕ

АННОТАЦИЯ

Цель. Анализ предвыборного периода белорусских протестов 2020 г. на предмет использования в нём интернет-технологий политической мобилизации.

Процедура и методы. Рассмотрены публикации Telegram-канала «NEXTA Live» – основного информационного источника белорусской оппозиции – на предмет использования интернет-технологий политической мобилизации. При проведении исследования применены качественно-количественные методы анализа, в том числе контент-анализ и анализ данных.

Результаты. Выявлена этапность информационной кампании по делигитимации белорусских выборов 2020 г., определены основные направления публикаций, а также их цели. Совокупность полученных выводов позволила определить уровень эффективности использования интернет-технологий политической мобилизации в предвыборный период в Белоруссии.

Теоретическая и/или практическая значимость. Результаты исследования позволяют установить использование технологий эскалации и управления политическим конфликтом с помощью социальных сетей в предвыборный период белорусских протестов 2020 г. Были определены динамика и этапность применения интернет-технологий политической мобилизации в данном случае.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

политическая мобилизация, интернет-технологии, Белоруссия, интернет, Telegram, протесты, выборы

СТРУКТУРА

[Введение](#)

[Обзор научной литературы](#)

[Методология исследования](#)

[Результаты исследования.](#)

[Этапы и направления антиправительственной информационной кампании](#)

[Тональность публикаций в рамках антиправительственной информационной кампании](#)

[Заключение](#)

E. Esiev

*Lomonosov Moscow State University
27 korp. 4, Lomonosovsky prospekt, Moscow 119234, Russian Federation*

INTERNET TECHNOLOGIES OF POLITICAL MOBILIZATION IN BELARUSIAN PROTESTS AT THE PRE-ELECTION STAGE

ABSTRACT

Aim. The study focuses on finding out and analyzing internet technologies of political mobilization used in Republic of Belarus during 2020 pre-election period.

Methodology. Telegram channel «NEXTA Live» as the main resource of opposition was analyzed to reveal internet technologies of political mobilization. Statistical method, generalization and interpretation of the results were used in the research.

Results. The study shows stages of information campaign against state powers of Republic of Belarus, defines main trends and aims of publications. These results allowed to evaluate effectiveness of internet technologies, used in the pre-election period in Belorussia.

Research implications. The results of the study make it possible to establish the use of technologies for the escalation and management of political conflict with the help of social networks in the pre-election period of the Belarusian protests in 2020. The dynamics and stages of the use of Internet technologies of political mobilization were determined.

KEYWORDS

political mobilization, internet-technologies, Republic of Belarus, internet, Telegram, protests, elections

ВВЕДЕНИЕ

Одним из наиболее острых с политической точки зрения событий 2020 г. стали протесты в Республике Беларусь, вызванные несогласием с результатами президентских выборов, победу в которых одержал Александр Лукашенко.

Первые протестные акции в Республике начались ещё в мае 2020 г. Их причиной стали задержания политических активистов. Данные инциденты можно считать точкой отсчёта конфликтного периода.

В результате проведённой работы в Белоруссии удалось сформировать виртуальную политическую толпу, которая впоследствии позволила вывести граждан на улицы и оказывать сопротивление с их стороны вооружённым органам правопорядка.

Добиться такого результата стало возможным благодаря интернет-технологиям политической мобилизации. Как именно они использовались в белорусском сценарии, какие задачи решали и какие цели были достигнуты – эти вопросы должны вызывать интерес у российского научного сообщества, в том числе и потому, что их понимание позволит эффективно выявлять работу по формированию основ протеста в других случаях в будущем.

Интернет-технологии политической мобилизации являются инструментом феномена сетевой конфликтной [2; 3] или политической мобилизации – использования виртуальных ресурсов для достижения политических целей путём создания массовой поддержки со стороны граждан, пользователей социальных сетей [9].

ОБЗОР НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Феномену сетевой конфликтной мобилизации посвящено большое количество работ социологов, политических и социальных философов. Одним из учёных, исследующих сетевую политическую мобилизацию, является американский социолог Говард Рейнгольд (Howard Rheingold), автор книги «Умная толпа: новая социальная революция» (Smart Mobs: The Next Social Revolution) [10]. Принципиальной идеей работы Рейнгольда является тезис о децентрализации социальных связей – принцип коммуникации «от многих ко многим». Это, по мнению автора, позволяет в сжатые сроки распространять информацию, способствующую росту политического недовольства. Автор также оценивает виртуальную политическую толпу, выделяя её отличительные признаки от традиционной политической толпы: «умная толпа» (smart mob), как и её продолжение – виртуальная политическая толпа, – обладает следующими характеристиками:

1. высокой скоростью организации;
2. отсутствием явного лидера протеста;
3. отсутствием иерархии в толпе;
4. слаженными коллективными действиями;

Термин «виртуальная политическая толпа» является продолжением классического термина «толпа», описанного Сержем Московичи [7] и Хосе Ортегой-и-Гассетом. Так, в работе «Восстание масс» [8] Ортега-и-Гассет даёт несколько определений масс, которые позволяют сформировать представление об этом феномене: «Масса – это средний человек», «Масса – это посредственность, и, поверь она в свою одарённость, имел бы место не социальный сдвиг, а всего-навсего самообман», «Масса – это те, кто плывёт по течению и лишён ориентиров. Поэтому массовый человек не созидает, даже если возможности и силы его огромны» [8]. В понимании автора, масса или толпа являются ведомыми сущностями, не способными к созидательной рациональной деятельности. Виртуальная политическая толпа в этом отношении имеет отличие от классической толпы, по Ортеге-и-Гассету, заключающееся в том, что виртуальная сущность не может иметь реальную разрушительную силу, она лишь является переходным этапом к созданию реальной политической толпы, действующей на улицах городов. Особенности виртуальной политической толпы определены авторами С. В. Володенковым и Ю. Д. Артамоновой в статье «Информационные капсулы как структурный компонент современной политической интернет-коммуникации» [1]. К таким особенностям можно отнести:

1. Виртуальная политическая толпа не сконцентрирована в одном месте и в одно время.
2. Отсутствие физического контакта в интернет-пространстве.
3. Активное взаимодействие членов виртуальной политической толпы.
4. Свободные этические рамки виртуальной политической толпы.
5. Влияние на виртуальную политическую толпу клипового сознания пользователей, а именно – готовность прислушиваться к популярному мнению, а не вырабатывать своё.
6. Наличие иерархии виртуальной политической толпы, сформированной в конкретных сообществах в социальных сетях.

По мнению авторов, онлайн-масса, т. е. виртуальная политическая толпа, формируется в рамках информационных капсул. Информационные капсулы – информационно-коммуникативная структура, в рамках которой циркулирующие в её закрытом пространстве идеи, символы, смыслы, убеждения, мнения не изменяются за счёт критического осмысления информации и восприятия альтернативных объяснительных моделей, а наоборот, сохраняются, самоподдерживаются, закрепляются и усиливаются за счёт многократного повторения, обсуждения, одобрения среди единомышленников.

Поддержку тезиса эффективности сетевой мобилизации можно найти в работе М. Кастельса «Информационная эпоха: экономика, общество, культура» [5]. Автор уделяет внимание современным информационным технологиям, говоря, что сети существовали ещё очень давно в виде общественных групп, организаций, однако именно сейчас с развитием виртуальной среды стало возможно создание глобального сетевого общества, отличающегося децентрализацией, скоростью передачи информации и включением многих акторов в политический процесс.

Особую роль в изучении интернет-технологий политической мобилизации играют исследования, посвящённые современным информационно-коммуникационным площадкам. Новые площадки позволяют технологам расширять инструментарий сетевой политической мобилизации. Одной из современных площадок интернет-коммуникации является мессенджер Telegram. В изучение его особенностей внесли вклад такие авторы, как В. Б. Рубина [11], определившая основные причины популярности данной площадки, а именно: свободу от цензуры, наличие разнообразных каналов по интересам, простоту интерфейса, наличие новых технологических инструментов (ботов), – В. Е. Казанин [4], указавший на потенциал Telegram как перспективной коммуникационной площадки для представителей власти в России, Майкл Крона, определивший Telegram как наиболее удобную площадку для радикальных элементов в связи с отсутствием на ней цензуры [12].

Сетевая политическая мобилизация является важной частью современной политики как в России, так и в других государствах [6]. В основе этого

феномена лежит множество технологий, используемых политтехнологами, политиками и иными политическими акторами.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью данного исследования выступают поиск и выявление интернет-технологий политической или конфликтной мобилизации в белорусских протестах 2020 г. в предвыборный период, определение этапности и закономерностей использования данных технологий, а также понимание эффективности их применения.

Для достижения целей исследования был проведён контент-анализ, а далее и анализ полученных данных из канала «NEXTA Live» в мессенджере Telegram – основы белорусского протеста. Данный канал был основан ещё в 2018 г.¹, став одним из основных независимых или оппозиционных источников в белорусском сегменте интернета, и достиг показателя 2,1 млн подписчиков (что является рекордом во всём русскоязычном сегменте Telegram на 24.10.2020) в пик белорусских протестов – 16.08.2020.

Telegram-канал «NEXTA Live» входит в группу каналов «NEXTA», авторы которых ведут свою деятельность с территории Польши. Относительно белорусских протестов можно утверждать, что канал «NEXTA Live» стал основой и главной структурной единицей информационной капсулы, формирующей и распространяющей однотипное восприятие политического конфликта в Белоруссии.

В качестве основы анализа был выбран именно этот ресурс по следующим причинам:

1. Сама площадка – мессенджер Telegram – является наиболее удобным инструментом для политических активистов. Связано это с тем, что администрация мессенджера не идёт на взаимодействие с представителями государственной власти различных стран. Правила модерирования контента ограничиваются лишь контролем над публикацией информации, содержащей сцены насилия. Политический контент администрация не контролирует, что позволяет авторам не бояться закрытия своих площадок.

2. Telegram-канал «NEXTA Live», как было отмечено, стал самым популярным каналом русскоязычного сегмента мессенджера. Более того, именно в этом источнике консолидировалась вся информация о белорусских протестах с ярко выраженным оппозиционным подходом.

3. Telegram-канал «NEXTA Live» не просто собирал у себя на странице весь протестный контент, а формировал картину восприятия протестов. Об этом свидетельствует высокий показатель индекса цитирования канала – на

¹ Телеграм-канал NEXTA Live, освещающий протесты в Белоруссии, не обновлялся больше 6 часов // Знак: [сайт]. URL: https://www.znak.com/2020-08-12/telegram_kanal_nexta_live_osvechayuchiy_protesty_v_belorussii_ne_obnovlyaysya_bolshe_6_chasov (дата обращения: 24.10.2020).

24.10.2020 он составляет 1129.84, а количество просмотров, достигших пика 17 августа 2020 г., составило 100 000 0002.

Данные причины делают невозможным анализ белорусских протестов без внимательного изучения указанного ресурса.

В рамках данной статьи были изучены все публикации Telegram-канала «NEXTA Live» с 01.05.2020 по 23:59 08.08.2020. Этот период выбран в связи с тем, что именно в мае в данном источнике началась активная публикация оппозиционного контента, связанного с выборами. Он стал основой организации политической активности белорусского народа в предвыборный период, окончившийся 08.08.2020 – накануне последнего дня голосования.

Контент-анализ включал в себя поиск и выявление основных тематических направлений публикаций, появившихся в Telegram-канале «NEXTA Live» в указанный период. В результате анализа удалось выделить следующие тематические направления:

1. Формирование негативного отношения к государственным органам и к институту выборов. В рамках данного направления ключевыми словами и выражениями стали: «репрессии», «страх», «знать в лицо», «Лукашенко» (в негативном контексте), «блокировка интернета», «челенджи» (конкурсы), «использование бюджетников», «силовики» (в негативном контексте).

2. Координация пользователей во время митингов и протестов. Основными выражениями и словами в данном направлении стали следующие: «митинг», «протест», «борьба на улицах», «за выдвижение кандидатов», «лайфхак».

3. Ещё одним направлением стало освещение протестных акций, где для этого использовались слова и выражения: «симуляция», «народ против полиции», «полицейское насилие», «итоги митингов».

4. Отдельным тематическим направлением стала публикация заметок про поддержку активистов из-за рубежа. Ключевыми словами здесь стали названия стран и городов. К примеру, «Киев», «Перу», «США», «Россия», «Польша» и т. д.

После выявления всех публикаций за период с 01.05.2020 по 08.08.2020 в Telegram-канале «NEXTA Live», в которых с помощью ключевых слов и выражений удалось определить тематическое направление этих постов, был проведён анализ полученных данных. Все публикации были разделены на 4 направления, указанные выше, а также распределены по временной шкале. Это позволило определить интенсивность освещения каждого тематического направления в каждый этап информационной кампании в предвыборный период.

² NEXTA Live [Электронный ресурс] // Telegram Analytics. URL: https://tgstat.ru/channel/@nexta_live (дата обращения: 24.10.2020).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

ЭТАПЫ И НАПРАВЛЕНИЯ АНТИПРАВИТЕЛЬСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

В результате проведённого анализа удалось выявить основные направления работы авторов Telegram-канала «NEXTA Live», безусловно являющихся в данном случае политическими технологами. К этим направлениям относятся:

1. Формирование негативного отношения пользователей к Президенту Республики Беларусь Александру Лукашенко, а также к государственным органам и его представителям. Данная работа была необходима для смыслового наполнения будущих протестов. В рамках этого направления авторы доносили до подписчиков информацию, вызывающую у последних раздражение и недовольство текущим политическим состоянием государства.

Ключевым объектом критики в данном направлении стали выборы президента. Основной задачей политтехнологов стала делегитимация выборов, признание их незаконными ещё задолго до их проведения.

Главной целью этого направления являлось формирование виртуальной политической толпы, готовой впоследствии выйти на улицы, понимающей, за что и зачем бороться с силами правопорядка.

Направление по формированию негатива состояло из публикаций следующих типов:

- делегитимация выборов;
- демонстрация готовности властей применить силу;
- персональная атака на силовиков и работников государственных органов за их действия и высказывания против оппозиции;
- анонсирование блокировок интернета;
- различные флэшмобы, как, например, #нас97 – акция, суть которой сводилась к публикации фотографии с плакатом против властей в форме той государственной организации, где работает участник флэшмоба.
- противоправные действия представителей власти против представителей оппозиции и т. д.

2. Другим направлением деятельности Telegram-канала «NEXTA Live» стала координация пользователей во время акций протеста и митингов. В рамках этого направления решалась задача понимания подписчиками, как и когда нужно выходить на улицы городов Белоруссии.

В данном направлении были выделены следующие типы публикаций:

- информирование подписчиков о местах сбора подписей за оппозиционных кандидатов;
- анонсы антиправительственных митингов и шествий;
- призывы к протестам;
- полезные советы для протестующих – что взять с собой на улицу, как действовать в тех или иных ситуациях?

3. Третьим направлением является освещение протестных акций. Это направление выполняло функцию поддержки идеологических основ виртуальной политической толпы, а также позволяло находить инциденты, эскалирующие конфликт власти и общества.

Среди основных типов публикаций здесь выделены:

- симуляция представителей органов правопорядка;
- насилие со стороны представителей органов правопорядка;
- отпор граждан сотрудникам милиции;
- итоги митингов.

4. Четвёртым направлением работы Telegram-канала «NEXTA Live» стало формирование картинки позитивного восприятия иностранными гражданами тех процессов по дестабилизации политической ситуации, которые происходят в Белоруссии. Данное направление позволяло усилить уверенность в идеологических основах виртуальной политической толпы, а также сформировать новую для граждан Белоруссии идентичность – общемировую, подменив ею идентичность общегосударственную.

Наиболее активным направлением стало формирование негативного восприятия государства и выборов. Всего было опубликовано 82 такие публикации. На втором месте – освещение протестных акций – 30 публикаций. На 3 и 4 месте по активности расположились координация протеста и позитив из-за рубежа, набравшие 16 и 13 публикаций соответственно.

Интерес также представляет анализ соотношения публикаций этих типов направлений по этапам эскалации конфликтной мобилизации (рис. 1). Всего было выделено 4 этапа:

1. С 01.05.2020 по 31.05.2020 – этап предварительный, характеризующийся началом публикации информации, относящейся к выборам.

2. С 01.06.2020 по 30.06.2020 – этап подготовки подписчиков к постоянному потоку контента о выборах президента. На данном этапе Telegram-канал «NEXTA Live» публиковал информацию, направленную на критику действующей политической структуры Белоруссии.

3. С 01.07.2020 по 31.07.2020 – этап подготовки выбора подписчиков. Характеризуется переходом от критики к поддержке конкретных политических акторов, в частности кандидата в Президенты Республики Беларусь Светланы Тихановской.

4. С 01.08.2020 по 08.08.2020 – этап активной мобилизации населения на выборной неделе. Основная идея информационного потока в этот период сводилась к критике выборов, правоохранительных органов, представителей центральной избирательной комиссии Белоруссии и основных политических деятелей, представителей власти.

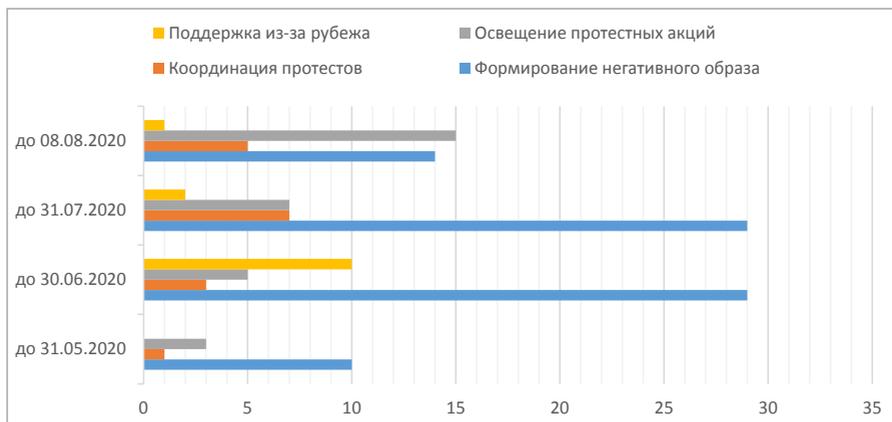


Рис. 1 / Fig. 1. Распределение направлений контента по этапам / Distribution of content directions by the stages

В результате определения этапности применения интернет-технологий политической мобилизации в предвыборный период удалось выявить соотношения типов направлений контента в каждом этапе. Это позволило определить основные цели и задачи технологов на каждом этапе.

Наиболее активным направлением на первых трёх этапах стало формирование негативного образа существующего режима. При этом максимальная активность данного направления была отмечена на втором и третьем этапе. Это говорит об усиленной работе по объяснению, зачем гражданам Белоруссии выходить на улицы городов и бороться против правоохранительных органов. Именно в эти этапы удалось сформировать у жителей понимание, что пролонгация сроков пребывания на посту Президента Республики Беларусь Александра Лукашенко станет причиной ухудшения социально-политического и экономического положения как всего государства, так и каждого гражданина. Именно на данных этапах была сформирована виртуальная политическая толпа со своим набором ценностей, целей и задач.

Особое внимание заслуживает направление контента по освещению протестных акций (рис. 2). Оно увеличивалось постепенно на каждом этапе и стало самым активным среди направлений на последнем, четвёртом этапе. Именно в этот момент основной задачей технологов стало привлечение людей на улицы городов, т. е. перевод виртуальной политической толпы в реальную.

Для подготовки этого перехода авторы Telegram-канала «NEXTA Live» провели работу с подписчиками, выражающуюся в объяснении, как и когда нужно участвовать в уличных протестах. С этой задачей связано

направление координации протестов. Гражданам объясняли, что такое «сцепка», как нужно вести себя в отделениях милиции, что брать с собой на протест и т. д. Таким образом, была проведена работа, позволившая сформировать подготовленную толпу, оказывающую реальное сопротивление органам правопорядка. Наиболее активным данное направление контента было на 3 этапе.

Поддержка протестов из-за рубежа является частью подготовки виртуальной политической толпы. Наиболее активным этот тип направления стал на втором этапе.

Таким образом, можно определить основные цели каждого этапа конфликтной мобилизации в предвыборный период:

Первый и второй этапы – формирование основ виртуальной политической толпы.

Третий этап – завершающий этап формирования виртуальной политической толпы, а также подготовка к её переходу в реальную политическую толпу.

Четвёртый этап – вывод людей на улицы городов (работа с реальной политической толпой), эскалация конфликта власти и общества с помощью инцидентов насилия со стороны органов правопорядка.

ТОНАЛЬНОСТЬ ПУБЛИКАЦИЙ В РАМКАХ АНТИПРАВИТЕЛЬСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

Интерес также представляет и тональность контента, публикуемого на страницах Telegram-канала «NEXTA Live». На первом и втором этапах основной идеей всех публикаций была критика режима Александра Лукашенко, отдельных его представителей, самого президента. На страницах канала размещался негатив, целью которого было формирование нужного эмоционально-психологического состояния виртуальной политической толпы.

Начиная с середины июля, тип контента быстро изменился. Связано это было с началом активной стадии предвыборной кампании Светланы Тихановской – кандидата в Президенты Республики Беларусь. Telegram-канал «NEXTA Live» стал главной платформой консолидации граждан за Тихановскую: освещались все мероприятия с её участием, формировался образ трёх женщин, вставших на защиту граждан от текущего политического режима.

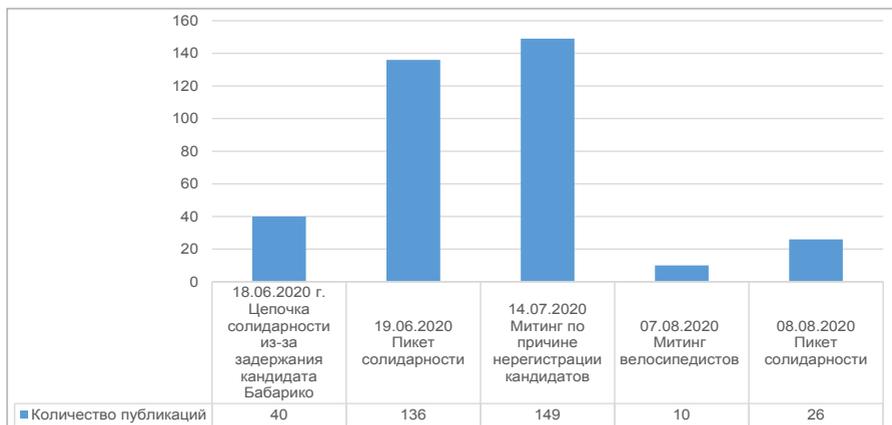


Рис. 2 / Fig. 2. Количество публикаций в Telegram-канале NEXTA Live о протестных акциях / Number of publications about protests in Telegram channel NEXTA Live

Активность публикации контента с негативным эмоциональным фоном можно наблюдать на рисунке 2 – «Количество публикаций в ТГ канале “NEXTA Live” о протестных акциях». Отмечается увеличение количества публикаций на первых трёх крупных акциях, однако далее заметно значительное снижение их количества на двух дальнейших акциях. Связано это как раз с тем, что в это же время начиналась предвыборная кампания Светланы Тихановской, и авторам Telegram-канала «NEXTA Live» было необходимо переключить повестку на неё и сформировать вокруг кандидата позитивный эмоциональный фон. Динамику публикации контента о Тихановской можно увидеть на рисунке 3.

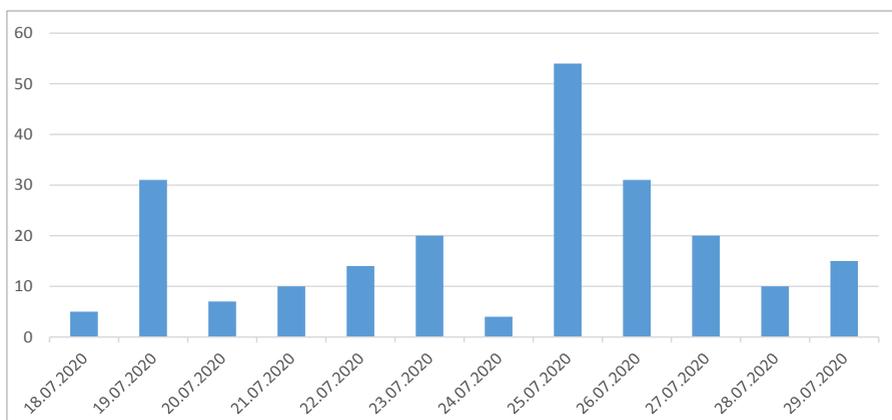


Рис. 3 / Fig. 3. Количество публикаций о митингах в поддержку С. Тихановской в Telegram-канале NEXTA Live / Number of publications about meetings for S. Tikhonovskaya in Telegram channel NEXTA Live

Отмечается постепенное увеличение количества публикаций за кандидата С. Тихановскую до 25.07.2020, когда состоялся «Митинг трёх женщин» в составе самой Светланы Тихановской, Марии Колесниковой и Вероники Цепкало – лидеров белорусского протеста.

Далее количество публикаций об оппозиционном кандидате постепенно снизилось, а после митинга в поддержку Тихановской 29.07.2020 и вовсе прекратилась публикация о политике вплоть до выборов.

Снижение активности публикации контента за Светлану Тихановскую совпало с переходом на последний этап стратегии использования интернет-технологии политической мобилизации – подготовку вывода пользователей – виртуальной политической толпы – на улицы белорусских городов. Для достижения этой цели была избрана иная тактика использования интернет-технологий политической мобилизации на последней неделе перед выборами – эскалация негативного восприятия выборов через критику режима, действий силовых органов и комментариев представителей власти.

Рассматривая вопрос об эффективности интернет-технологий политической или конфликтной мобилизации, нельзя не подкрепить приведённого выше анализа статистическими данными.

Так, эффективность применения таких технологий прямо связана со значительным ростом числа подписчиков основного информационного ресурса белорусских протестов – Telegram-канала «NEXTA Live». Начиная с 212 тыс. подписчиков 01.05.2020, канал увеличил их число до 427 тыс. под вечер 08.08.2020.

Что касается количества участников протеста, акции белорусской оппозиции становились самыми активными за всю историю современной Белоруссии. По данным оппозиционных источников, митинги за Тихановскую набирали по 63 000 человек³. Если же ориентироваться на иные источники, то эти цифры несколько ниже – 34 000 человек в одном только Минске⁴.

Помимо приведённых статистических данных, следует сказать и о том, что на момент написания статьи, 24.10.2020, акции протеста во многих городах Белоруссии продолжают, а их количество уже в несколько раз больше митингов на предвыборном этапе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Перечисленные показатели свидетельствуют об эффективности применения интернет-технологий политической мобилизации в белорусских протестах. Авторам Telegram-канала «NEXTA Live» удалось за 3 месяца под-

³ Как прошел самый массовый митинг в истории Беларуси // DW: [сайт]. URL: <https://www.dw.com/ru/samuy-massovyj-miting-v-istorii-belarusi/a-54393024> (дата обращения: 24.10.2020).

⁴ Митинг в поддержку соперницы Лукашенко собрал рекордное число участников // Forbes: [сайт]. URL: <https://www.forbes.ru/newsroom/obshchestvo/406087-miting-v-podderzhku-sopernicy-lukashenko-sobral-rekordnoe-chislo> (дата обращения: 24.10.2020).

готовить белорусское общество к ежедневной политической активности, к ожесточённому сопротивлению органам правопорядка на улицах белорусских городов.

Интернет-кампания была разделена на четыре этапа, каждый из которых выполнял свои функции. Первые два этапа (общий период которых с 01.05.2020 по 30.06.2020) были посвящены формированию виртуальной политической толпы, третий этап (с 01.07.2020 по 31.07.2020) был нацелен на превращение виртуальной политической толпы в реальную, способную выйти на улицы и оказать сопротивление органам правопорядка. Четвёртый этап же имел своей целью эскалацию конфликта власти и общества с увеличением количества протестующих и усилением качества протестов.

Помимо этого, Telegram-канал «NEXTA Live» стал главным ресурсом поддержки основного оппозиционного кандидата Светланы Тихановской. С помощью интернет-технологий политической мобилизации политику удалось стать лицом протеста, его основной консолидирующей силой всего за месяц активной избирательной кампании.

Таким образом, можно констатировать, что интернет-технология политической мобилизации в Белоруссии в предвыборный период оказалась эффективным инструментом делегитимации выборов Президента Республики Беларусь, организации и управления протестной активностью граждан.

Приведённый анализ позволяет прийти к основному выводу – работа по дестабилизации политического режима в Республике Беларусь не велась спонтанно, а была продумана заранее и реализована по чёткому плану, о чём свидетельствуют этапность информационной кампании авторов Telegram канала «NEXTA Live» и логичное распределение публикаций разных направлений в этих этапах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Володенков С. В., Артамонова Ю. Д. Информационные капсулы как структурный компонент современной политической интернет-коммуникации // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 53. С. 188–196.
2. Гончаров Д. В. Политическая мобилизация // Полис. Политические исследования. 1995. № 6. С. 129–137.
3. Доука С. В. Практики использования онлайн-социальных сетей // Социологические исследования. 2014. № 1. С. 137–145.
4. Казанин В. Е. Телеграм-каналы как перспективная технология публичности власти // Вопросы политологии. 2017. № 3 (27). С. 142–149.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / пер. с англ. и под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
6. Манойло А. В. Цветные революции и технологии демонтажа политических режимов // Мировая политика. 2015. № 1. С. 1–19. DOI: 10.7256/2306-4226.2015.1.12614.

7. Московичи С. Век толп: Исторический трактат по психологии масс. М.: Академический Проект, 2011. 396 с.
8. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М.: АСТ: Ермак, 2003. 270 с.
9. Политология / А. Ю. Мельвиль, Т. А. Алексеева, К. П. Боришполец, А. Г. Володин, А. А. Дегтярев, М. В. Ильин, М. М. Лебедева, М. Г. Миронюк, А. И. Соловьев, О. Г. Харитонов, А. А. Чанышев, Е. Б. Шестопап, Т. В. Шмачкова. М.: МГИМО (Университет) МИД России: ТК Велби: Проспект, 2008. 618 с.
10. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / пер. с англ. А. Гарькавого. М.: ФАИР-пресс, 2006. 416 с.
11. Рубина В. Б. Telegram-каналы как основные слагаемые успеха мессенджера Telegram // Идеи и новации. 2020. Т. 8. № 1. С. 73–84.
12. Krona M. Collaborative Media Practices and Interconnected Digital Strategies of Islamic State (IS) and Pro-IS Supporter Networks on Telegram // International Journal of Communication. 2020. № 14. С. 1888–1910.

REFERENCES

1. Volodenkov S. V., Artamonova Yu. D. [Information capsules as a structural component of modern political Internet communication]. In: *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science], 2020, no. 53, pp. 188–196.
2. Goncharov D. V. [Political mobilization]. In: *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political studies], 1995, no. 6, pp. 129–137.
3. Dokuka S. V. [Practices of using on-line social networks]. In: *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological studies], 2014, no. 1, pp. 137–145.
4. Kazanin V. E. [Telegram channels as a promising technology for publicity of power]. In: *Voprosy politologii* [Political Science Issues], 2017, no. 3 (27), pp. 142–149.
5. Castells M. Information age: economy, society, culture (Russ. ed.: Shkaratan O. I., transl., sci. ed. *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo, kul'tura*. Moscow, HSE University Publ., 2000. 608 p.).
6. Manoilo A. V. [Color revolutions and technologies for dismantling political regimes]. In: *Mirovaya politika* [World politics], 2015, no. 1, pp. 1–19. DOI: 10.7256/2306-4226.2015.1.12614.
7. Moskovichi S. *Vek tolpy: Istoricheskiy traktat po psikhologii mass* [The Age of the Crowd: A Historical Treatise on Mass Psychology]. Moscow, Akademicheskiy Proekt Publ., 2011. 396 p.
8. Ortega y Gasset J. La rebelión de las masas (Russ. ed.: *Vosstanie mass*. Moscow, AST Publ., Ermak Publ., 2003. 270 p.).
9. Mel'vil' A. Yu., Alekseeva T. A., Borishpolets K. P., Volodin A. G., Degtyarev A. A., Il'in M. V., Lebedeva M. M., Mironyuk M. G., Solov'ev A. I., Kharitonova O. G., Chanyshchev A. A., Shestopal E. B., Shmachkova T. V. *Politologiya* [Political science]. Moscow, MGIMO Publ., TK Velbi Publ., Prospekt Publ., 2008. 618 p.
10. Reingold G. Smart crowd: a new social revolution (Russ. ed.: Gar'kavoi A., transl. *Umnaya tolpa: novaya sotsial'naya revolyutsiya*. Moscow, FAIR-press Publ., 2006. 416 p.).

11. Rubina V. B. [Telegram-channels as the main components of the success of the Telegram messenger]. In: *Idei i novatsii* [Ideas and innovations], 2020, vol. 8, no. 1, pp. 73–84.

12. Krona M. Collaborative Media Practices and Interconnected Digital Strategies of Islamic State (IS) and Pro-IS Supporter Networks on Telegram. In: *International Journal of Communication*, 2020, no. 14, pp. 1888–1910.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 11.11.2020

Статья размещена на сайте: 12.05.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Есиев Эльдар Таймуразович – аспирант кафедры российской политики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова; e-mail: essiroble@gmail.com

Eldar T. Esiev – Postgraduate Student, Department of Russian Politics, Lomonosov Moscow State University; e-mail: essiroble@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Есиев Э. Т. Интернет-технологии политической мобилизации в белорусских протестах на предвыборном этапе // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru.

Esiev E. T. Internet technologies of political mobilization in Belarusian protests at the pre-election stage. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru.

УДК 323.1

Зорин В. Ю.*Институт этнологии и антропологии РАН имени Н. Н. Миклухо-Маклая
119991, г. Москва, Ленинский проспект, д. 32а, Российская Федерация***Каменских М. С.***Пермский федеральный исследовательский центр Уральского отделения РАН
614990, г. Пермь, ул. Ленина, д. 13а, Российская Федерация*

2020 ГОД В НАЦИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИИ: ИТОГИ, ЗАДАЧИ И ВЫЗОВЫ НОВОГО ДЕСЯТИЛЕТИЯ

АННОТАЦИЯ

Целью являются анализ основных итогов минувшего десятилетия в сфере межнациональных и межрелигиозных отношений России, выявление наиболее актуальных вызовов и рисков её дестабилизации, а также анализ ресурсов для укрепления гражданского согласия в этноконфессиональной сфере России на ближайшие годы.

Процедура и методы. Анализируются результаты реализации государственной национальной политики за последние десять лет. Применяя аналитический и системный методы, авторы выделяют основные риски и вызовы для межнационального и межрелигиозного согласия России в ближайшее десятилетие.

Результаты. По заключению авторов, основными рисками, которые будут определять развитие сферы межнациональных отношений, станут внешние провокации, угрозы транзита конфликтов, недооценка проблем, оставшихся нерешёнными с советского периода; общественные кампании 2021 г.; последствия пандемии коронавируса. Недопущение этих рисков возможно в рамках совместной работы органов власти, национально-культурных общественных объединений и религиозных организаций, экспертного сообщества.

Теоретическая и практическая значимость. Результаты могут быть использованы для разработки и принятия долгосрочных программ по реализации государственной национальной политики как в стране в целом, так и в отдельных регионах и муниципальных образованиях России.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

государственная национальная политика, Стратегия государственной национальной политики, межнациональные отношения, вызовы, риски

БЛАГОДАРНОСТИ

Статья подготовлена в рамках Программы научных исследований и прикладных работ, связанных с изучением этнокультурного многообразия российского общества и направленных на укрепление общероссийской идентичности, проект «Национальные округа в системе российского федерализма конца XX века – начала XXI века» (НИОКТР АААА-А20-120101300078-3).

СТРУКТУРА

Введение

Реализация стратегии государственной национальной политики и риски дестабилизации

Ресурсы укрепления межнационального согласия

Роль общественных институтов в укреплении межнационального согласия

Заключение

V. Zorin

*N. N. Miklukho-Maklay Institute of Ethnology and Anthropology, RAS
32a Leninsky prospect, Moscow 119991, Russian Federation*

M. Kamenskikh

*Perm Federal Research Center, Ural Branch of RAS
13a, ulitsa Lenina, Perm 614990, Russian Federation*

YEAR 2020 IN NATIONAL POLICY OF RUSSIA: RESULTS, TASKS AND CHALLENGES IN THE NEW DECADE

ABSTRACT

Aim. To analyze the main results of the past decade in the sphere of national and religious relations in Russia, point out the most acute challenges and risks of their destabilization as well as to analyze the resources available for reinforcement of civil agreement in ethno-confessional sphere of Russia for the upcoming years.

Methodology. The article discusses the results of state national policy measures carried out in the previous 10 years. Using analytic and systematic approaches the authors define the main risks and challenges for national and religious agreement in the upcoming decade.

Results. According to the authors, the main risks that will determine the development of relations between nationalities are external incitement, threats of transit of conflicts, underestimation of problems that have remained unresolved since the Soviet period, public campaigns in 2021, and consequences of the coronavirus pandemic. The prevention of these risks is possible if bodies of authority, national and cultural public and religious organizations, and community of experts work together.

Research implications. The results of the research can be used for developing and endorsing long-term projects of implementing state national policy both on the federal level and within regions and municipal unities of Russia.

KEYWORDS

State national policy, Strategy of state national policy, interethnic relations, challenge, risk

ACKNOWLEDGMENT

The article was prepared within the framework of the Program of Scientific Research and Applied Works related to the study of the ethnocultural diversity of Russian society and aimed at strengthening the all-Russian identity, the project «National Districts in the System of Russian Federalism of the Late 20th Century – Early 21st Century» (НИОКР АААА-А20-120101300078-3).

ВВЕДЕНИЕ

Исторический опыт существования России как многонационального и многоконфессионального государства является важной составляющей формирования её внутренней политики. Его недооценка не раз становилась причиной политических кризисов, угрозавших территориальной целостности страны. В переходный период второй половины 1990-х гг. – начала 2000-х гг. государственность России удалось сохранить только путём сложных компромиссов и даже «силовых» решений, которые стали следствием комплекса межнациональных и межконфессиональных проблем, оставшихся от советского периода [6, с. 15].

Безусловно, в последние десятилетия нашим государством сделано немало для недопущения возникновения возможных этнополитических кризисов. Вышедшая в 2012 г. статья В. В. Путина «Россия: национальный вопрос» заложила основы и новое видение приоритетов государственной национальной политики в новейших условиях [4]. На протяжении 2010-х гг. основными инновациями в сфере государственной национальной политики стали восстановление этнокультурного суверенитета Российской Федерации и возвращение государства в сферу этнополитики¹. Среди основных итогов можно назвать широкое вовлечение общественности в обсуждение важных вопросов этой сферы через создание общественно-консультативных органов при различного уровня органах власти и, прежде всего, Совета при Президенте по межнациональным отношениям [3, с. 52–54]. В 2020 г. исполнилось 5 лет с момента «возвращения» государства в межнациональные и межконфессиональные отношения через создание Федерального агентства по делам национальностей². Положительный опыт и своевременность создания агентства отмечены в 2020 г. на встрече его руководителя Игоря Баринова с Президентом РФ Владимиром Путиным. Итоги работы ведомства во многом демонстрируют данные Института социологии РАН. Так, в 2020 г. 96% населения страны не имело проблем в связи со своей национальностью в быту, на работе, в транспорте, на улице, а 87% не испытывали раздражения или вражды к представителям других национальностей³. Принятие, регулярное обсуждение и обновление Стратегии государственной национальной политики⁴, регулярные совещания консультативных органов на самом высоком уровне также свидетельствует о том внимании, с которым государство подходит к регулированию этой непростой сферы [5].

Как известно, в 2020 г. состоялось Всероссийское голосование за внесение поправок в Конституцию Российской Федерации. Многие общественные организации и представители экспертного сообщества принимали активное участие в подготовке и проведении этого важнейшего события в жизни страны. Для сферы межнациональных отношений особенно близки поправки, которые прямо предусматривают участие институтов гражданского общества в реализации целей и задач государственной политики (ст. 114), а также блок, касающийся сохранения культуры многонационального народа Российской

¹ Зорин В. Ю. Национальная политика российского государства в XX – начале XXI века: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2018. 251 с. С. 219–226.

² Постановление Правительства РФ от 18 апреля 2015 г. № 368 «О Федеральном агентстве по делам национальностей» [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по делам национальностей : [сайт]. URL: <http://fadn.gov.ru/agency/polozhenie-ob-agentstve> (дата обращения: 20.12.2020).

³ Встреча с руководителем Федерального агентства по делам национальностей Игорем Бариновым [Электронный ресурс] // Президент России : [сайт]. URL: <http://www.kremlin.ru/catalog/keywords/26/events/64196> (дата обращения: 20.12.2020).

⁴ Только в 2020 г. Совет собирался дважды (24 июля, 18 сентября). Кроме этого, 9 сентября проведён семинар-совещание по вопросам реализации Стратегии государственной национальной политики до 2025 года, а 13 октября проведено между Игорем Бариновым и Владимиром Путиным.

Федерации (ст. 67, 68, 69)⁵. Следующая большая задача – обеспечить реализацию Конституции в новой редакции. В первую очередь, речь идёт об участии в подготовке конституционных законов, нормативных и правовых актов, закрепляющих механизмы реализации требований Конституции.

В рамках данной статьи будут подведены основные итоги минувшего десятилетия в сфере межнациональных и межрелигиозных отношений России. На основе аналитического и системного методов будут выделены основные риски и вызовы для межнационального и межрелигиозного согласия России в ближайшее десятилетие.

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ И РИСКИ ДЕСТАБИЛИЗАЦИИ

В целом, в 2020 г. работа органов власти, институтов гражданского общества и экспертов имели положительную динамику. По данным экспертов в России в ушедшем году было меньше конфликтов, проявлений ксенофобии, языка вражды в медиапространстве. Эту же мысль выразил на встрече с президентом И. Баринов⁶.

Реализация «Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года» (далее Стратегия) подразумевает решение двуединой задачи, включающей в себя формирование общероссийской гражданской нации и этнокультурное развитие населяющих нашу страну народов. Это положение отвечает не только насущной потребности обеспечения гражданского согласия в крупном многосоставном государстве, но и является единственно реализуемой формулой устройства многоэтнической и поликонфессиональной страны. Как было отмечено Президентом РФ В. Путиным 04 ноября 2020 г., достигнутый Россией исторически сложившийся уникальный опыт сосуществования разных культур и религий, должен быть не просто предметом гордости, поскольку «эта сфера нуждается в постоянном внимании органов власти, гражданского общества, средств массовой информации. Работа здесь должна быть тонкой, содержательной и кропотливой»⁷. Последние данные социологии показывают, что 91% населения осознают российскую гражданскую идентичность, принадлежность к России, к её народу, причастность тем процессам и ответственность за те процессы, которые идут в нашей стране⁸. И это самый высокий показатель за всю историю исследований.

⁵ Новый текст Конституции РФ с поправками 2020 г. [Электронный ресурс] // Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации : [сайт]. URL: <http://duma.gov.ru/news/48953/> (дата обращения: 20.12.2020).

⁶ Встреча с руководителем Федерального агентства по делам национальностей Игорем Бариновым [Электронный ресурс] // Президент России : [сайт]. URL: <http://www.kremlin.ru/catalog/keywords/26/events/64196> (дата обращения: 20.12.2020).

⁷ Встреча с представителями религиозных объединений [Электронный ресурс]: Президент РФ : [сайт]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/64336> (дата обращения: 20.12.2020).

⁸ Встреча с руководителем Федерального агентства по делам национальностей Игорем Барин-

Но эти цифры не должны успокаивать. Следует признать, что осталось немало нерешённых проблем. Очевидно, существуют реальные риски и вызовы, недооценка которых несёт угрозу межнациональному и межрелигиозному согласию в нашей стране. Завершение непростого 2020 г. и начало нового десятилетия позволяют выделить основные риски, существующие для сферы межнациональных отношений в России на ближайшую перспективу.

Первое – внешние угрозы, которые исходят от попыток раскачать нашу ситуацию в межнациональной и межрелигиозной сфере, и в сфере миграции. Очевидно, что приход к власти нового президента и Демократической партии в США спровоцирует серию попыток дестабилизировать обстановку в России, с акцентом на существующие межнациональные и межконфессиональные противоречия, как это было в 1990-е гг. Безусловно, это потребует большей консолидации и совместной работы от общественных лидеров. Однако представляется, что достигнутая в современной России устойчивость и уровень этноконфессионального согласия позволят выдержать и безболезненно пережить возможные провокации.

Вторым важным фактором может стать влияние тех межрегиональных конфликтов, которые сегодня происходят в пограничных с Россией территориях. В основном, эта угроза касается миграционной составляющей, и одна из задач – не допустить воспроизведения этих конфликтов на территории Российской Федерации, как это было, например, в 2010 г. после узбекско-киргизского конфликта в Оше и Джалал-Абаде⁹. В конце 2020 г. уже у Посольства Французской Республики в Москве прошла серия митингов мигрантов против действий президента Франции Эммануэля Макрона¹⁰. Допущение эскалации этого и подобных ему инцидентов на территории РФ представляется недопустимым. Российская ассоциация религиозной свободы (РАРС), объединяющая представителей крупнейших конфессий, общественных деятелей, правозащитников в своём заявлении осудила практику терроризма и экстремизма. В заявлении организации по поводу данного инцидента обозначено: «Задача государства и общества заключается в обеспечении свободы для всех граждан вне зависимости от их мировоззрения или принадлежности к той или иной религии, создания таких законов и правил, в соответствии с которыми члены общества могли бы выражать свои взгляды, не оскорбляя при этом религиозные чувства верующих. Любое предоставле-

новым // Президент России : [сайт]. URL: <http://www.kremlin.ru/catalog/keywords/26/events/64196> (дата обращения: 20.12.2020).

⁹ Где справедливость? Межнациональные столкновения на юге Киргизии в июне 2010 года [Электронный ресурс] // Human Rights Watch : [сайт]. URL: <https://www.hrw.org/ru/report/2010/08/16/256110> (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁰ Десятки человек устроили митинг возле Посольства Франции в Москве [Электронный ресурс] // Human Rights Watch : [сайт]. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/news/2020/10/29/845138-desyatki-chelovek-ustroili-miting-vozle-posolstva-frantsii-v-moskve> (дата обращения: 30.10.2020).

ние преимуществ в выражении мировоззрения какой-либо группы людей по отношению к другой группе является угрозой для единства и будущего всего общества»¹¹.

Существенное влияние на сферу межнациональных и межконфессиональных отношений, которое можно выделить в следующую, *третью*, группу рисков, может оказать имущественное и социальное расслоение населения и регионов. Когда социальное недовольство канализируется в межнациональную сферу, особенно с выходом за правовое поле, это несёт большую опасность. И она тем выше, чем больше эти социальные противоречия наблюдаются между регионами с высоким и низким уровнями дохода. Тем более, если речь идёт о субъектах, построенных вокруг доминирующей национальности. Уверен, что протестная активность на Северном Кавказе в 2020 г. имела одной из основных причин недовольство в уровнях федеральной поддержки республик. Нельзя исключать, что одной из причин социальных протестов прошлого года в приграничных многонациональном Хабаровском крае¹² и Ненецком автономном округе [3] могло стать недовольство политикой федерального центра в учёте местных особенностей и решении текущих проблем.

Четвёртая группа рисков связана с проблемами, которые остались неразрешёнными ещё с советского периода. Прежде всего, речь идёт о реабилитации репрессированных народов. За прошедшие десятилетия в этом направлении проделана серьёзная работа на государственном уровне. Рассекречено большое количество документов, введены меры государственной поддержки для репрессированных и членов их семей¹³. Однако и сегодня, следует признать, не до конца выполнены решения или реализованы ожидания этих народов по реабилитации. Сюда следует добавить, что это касается и территориальных споров, которые зачастую связаны с национально-территориальным размежеванием, проводившимся в советское время во многом на основе волюнтаристских решений, договоренностей между представителями власти и местных элит, в обход соблюдения конституционных и правовых процедур. Все эти конфликты имеют отложенный характер. По разным данным, на территории бывшего СССР существует не менее 120 таких потенциальных конфликтов. Сюда можно добавить проблему «злой» исторической памяти или трактовки событий прошлого, в которых нередко определённые политические силы ищут обиды. Есть ошибочное мнение, которое состоит в

¹¹ Заявление членов Совета Российской ассоциации защиты религиозной свободы (РАРС) по поводу событий во Франции [Электронный ресурс] // Российская ассоциация защиты религиозной свободы : [сайт]. URL: <https://religsvoboda.ru/content/zayavlenie-chlenov-soveta-rossiyskoj-associacii-zashchity-religioznoj-svobody-rars-po-povodu> (дата обращения: 10.11.2020).

¹² Акции в поддержку арестованного губернатора Фургала [Электронный ресурс] // ИА Медиа-зона : [сайт]. URL: <https://zona.media/chronicle/furgal> (дата обращения: 05.12.2020).

¹³ Зорин В. Ю. Национальная политика российского государства в XX – начале XXI века: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2018. С. 193–194.

том, что этот вопрос нужно отдавать на откуп представителям чистой науки. Но это не так, потому что зачастую и наука, и учёные тоже участвуют в создании этих мифов. В таких территориях, как Приднестровье, Южная Осетия, упомянутый юг Кыргызстана, Донбасс или Карабах конфликтные ситуации, построенные на межэтнической неприязни уже реализовались, а некоторые ещё находятся в неактивной стадии, и органы власти соседних и соответствующих стран должны работать эффективно, чтобы не допустить новых кризисов и конфликтов, особенно в центральных и приграничных районах России.

К пятой группе рисков можно отнести периоды общественно-политических кампаний, которые нередко сопровождаются политизацией этничности. Речь идёт о предстоящих в 2021 г. выборах Государственную Думу Федерального собрания Российской Федерации и Всероссийской переписи населения. Впервые в истории России эти два значимых события произойдут практически одновременно, что увеличивает риски этнической мобилизации и требует серьёзного мониторинга и филигранной предупредительной работы. Обычно выборы или переписи сами по себе становятся факторами этнической мобилизации. В эти периоды возникают силы, которые пытаются использовать этническую или мигрантофобскую аргументацию в целях привлечения дополнительного электората. Достаточно вспомнить кампании переписи 2010 г. («Запишись сибиряком», «Запишись черкесом», «Хватит кормить Кавказ» и др.) и т. д. К сожалению, многие из них определённые силы пытаются реанимировать. Нельзя не отметить, что в 2020 г., по мнению экспертов, в ряде националистических движений начались консолидационные процессы. Их лидеры планируют принимать участие и в выборных кампаниях в Госдуму и поддерживать кандидатов, разделяющих эти позиции. С одной стороны, легализация националистических организаций открывает возможности для диалога и взаимодействия в русле закона, с другой стороны, исторический опыт России и других стран показывает, что с подобного рода общественной активностью нужно вести себя крайне осторожно. И это тоже серьёзный вызов.

В целом, организация и проведение в одно время выборов в Государственную Думу и переписи населения создают дополнительные риски протестной этнической мобилизации.

Пандемия коронавируса, получившая развитие в ушедшем 2020 г., внесла свои негативные коррективы во все сферы жизни. Отсутствие реальной работы, межнациональных проектов и фестивалей создаёт почву для депрессивных и упаднических настроений, которые также могут найти негативное выражение в общественном пространстве. На данный момент сложно ощутить тот ущерб, который нанесла пандемия в социальном поле, но очевидно, что в ближайшие годы её последствия дадут о себе знать. Пандемия сильно ударила по сфере миграции. Многие люди, традиционно работавшие в России, в этом году остались без работы. На фоне отсутствия единого федерального закона по регулированию миграции и «вытеснения» этой тематики из

федеральной повестки очевидны риски дестабилизации рассматриваемой сферы в условиях кризиса.

РЕСУРСЫ УКРЕПЛЕНИЯ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО СОГЛАСИЯ

Несмотря на существующие риски, Россия на сегодняшний день имеет некий «запас прочности» и ресурсы к укреплению межнационального мира и согласия. Курс, взятый государством на регулирование сферы этноконфессиональных отношений, в ближайшие годы будет продолжен. Помимо органов государственной власти, всё большее участие в реализации государственной национальной и религиозной политики играют представители общественности, национально-культурных и религиозных организаций, экспертное сообщество. Ещё в 2018 г. Президент РФ В. Путин отмечал, что «национально-культурные объединения должны быть активными участниками обсуждения всех ключевых вопросов, которые связаны с развитием городов и посёлков, регионов в целом»¹⁴. Сегодня важными принципами Стратегии государственной политики являются приоритет духовности, основанный на признании равноправия культур народов, уважение их национальных особенностей, сохранение и упрочение духовных и культурных традиций. В 2020 г. отмечена особая роль религиозных организаций в обеспечении межнационального и межрелигиозного мира, которая в России всё более возрастает. По последним данным Минюста (на июнь 2020 г.) в стране зарегистрировано 31,5 тыс. религиозных организаций, представляющих практически все религии мира. На встрече Президента с религиозными лидерами 04 ноября отмечен позитивный опыт нашей страны в работе с религиозными организациями, в партнёрстве цивилизаций, которому уже сотни лет¹⁵.

Результатом целенаправленного комплексного подхода к реализации Стратегии в течение последних лет стало формирование особой инфраструктуры – сети организаций в сфере государственной национальной политики, которая включает государственные и региональные органы власти, а также, что самое главное, институты гражданского общества.

Большое значение имеют совещательные и консультативные советы как при органах центральной власти, так и на уровне регионов, а где это необходимо – и в муниципалитетах. Практически во всех субъектах РФ по аналогии с Советом при Президенте РФ по межнациональным отношениям, действуют консультативные советы. По информации, представленной субъектами Российской Федерации, на 1 января 2020 г. в 78 субъектах РФ созданы подобные структуры (советы, комиссии, рабочие группы) по межнациональным отно-

¹⁴ Заседание Совета по межнациональным отношениям [Электронный ресурс] // Президент России : [сайт]. URL: <http://kremlin.ru/events/councils/by-council/28/58922> (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁵ Встреча с представителями религиозных объединений [Электронный ресурс] // Президент России : [сайт]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/64336> (дата обращения: 20.12.2020).

шениям при главах администраций или правительствах регионов. В четырёх регионах (автономном округе, Магаданской и Мурманской областях, Ханты-мансийском и Чукотском автономных округах) созданы советы по делам коренных малочисленных народов. Другие вопросы национальной политики решаются в этих субъектах на уровне совета при профильном ведомстве региона, совета при Общественной палате. В трёх субъектах (Республика Адыгея, Республика Северная Осетия-Алания, Пензенская область) существуют советы по религиозным вопросам (взаимодействию с религиозными объединениями) при главе региона. Вопросы национальной политики решаются на уровне советов при профильных ведомствах региона. В Красноярском крае функции совета по межнациональным отношениям при главе/правительстве региона выполняет Палата национально-культурных автономий Гражданской ассоциации Красноярского края (ГраКК).

На региональном и муниципальном уровнях определены конкретные должностные лица, которые отвечают за сферу межнациональных отношений, взаимодействие с национально-культурными объединениями [1, с. 479–481]¹⁶.

Важную роль в повышении эффективности работы органов местного самоуправления по развитию местных инициатив и поддержке социально значимых проектов призван сыграть Всероссийский конкурс «Лучшая муниципальная практика», в рамках которого проводятся конкурсы, в том числе по номинации «Укрепление межнационального мира и согласия, реализация иных мероприятий в сфере национальной политики». Конкурс проведён уже трижды. В 2019 г. в оргкомитет поступило 168 заявок на участие из 58 субъектов Российской Федерации, а за 2020 г. – 279 заявок из 71 субъекта¹⁷.

РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНСТИТУТОВ В УКРЕПЛЕНИИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО СОГЛАСИЯ

Анализируя аспекты гражданского единения, нельзя не сказать о гражданском обществе и его важнейшем институте – Общественной палате Российской Федерации (ОПРФ). Сегодня во всех 85 субъектах созданы региональные общественные палаты, которые участвуют в формировании состава ОПРФ, делегируя в неё своих представителей. В 52 региональных ОП имеются профильные комиссии, занимающиеся межнациональными, межконфессиональными отношениями, вопросами миграции. В 17 регионах эти вопросы входят в полномочия комиссий по культуре, образованию, духов-

¹⁶ Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части определения полномочий и ответственности органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и их должностных лиц в сфере межнациональных отношений» от 22.10.2013 № 284-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_153536/ (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁷ Комиссия по гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений [Электронный ресурс] // Общественная палата Российской Федерации : [сайт]. URL: <https://www.oprf.ru/about/structure/comissions/comissions2020/1456> (дата обращения: 20.12.2020).

но-нравственному воспитанию и развитию гражданского общества. В семи субъектах имеются профильные рабочие группы. Особенно важным представляется выстраивание рабочего взаимодействия ОПРФ и региональных общественных палат с Советом при Президенте РФ по межнациональным отношениям (его комиссиями) и консультативно-совещательными органами по межнациональным отношениям при главах субъектов РФ. Существует опыт Общественной палаты Российской Федерации как площадки для коммуникации представителей традиционных конфессий и национально-культурных общественных объединений Российской Федерации. В 2020 г. состав Комиссии по гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений ОПРФ был обновлен на треть. Половину членов составили представители российских конфессий, что подчёркивает то внимание, которое сегодня оказывается этой сфере общественных отношений и те приоритеты, которые стоят перед Комиссией. Представляется, что обновлённый состав комиссии отвечает тем требованиям и рискам, которые существуют сегодня¹⁸.

Важным шагом в обеспечении полноценного государственно-общественного партнёрства в сфере межнациональных отношений стало создание Ассамблеи народов России как общероссийской общественно-государственной организации¹⁹. Учредителями организации выступили Федеральное агентство по делам национальностей, ООО Ассамблея народов России, Ассоциация коренных малочисленных народов России и Ассоциация финно-угорских народов России. Этот инновационный для России проект ещё находится в стадии реализации, хотя очевидно, потенциал развития у него огромный. Основная задача этой платформы – сохранить потенциал всех задействованных в её организации общественных объединений, координировать их работу.

Конечно, сегодня национальная политика не ограничивается проведением только культурных, фестивальных мероприятий или тушением пожаров и конфликтов. Системная, работа проводится по совершенствованию законодательно-правового её обеспечения, развитию инфраструктуры, повышению квалификации и обучению всех участников реализации Стратегии госнацполитики. Так, например, ФАДН России проводит семинары-совещания для обмена опытом, повышения квалификации государственных и муниципальных служащих. Если в 2019 г. в таких семинарах и совещаниях участвовали 3100 человек, в 2020 г. в условиях пандемии проведены такие семинары с участием 2600 человек. При этом 1400 человек участвовали в них в режиме видеоконференцсвязи²⁰.

¹⁸ Комиссия по гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений [Электронный ресурс] // Общественная палата Российской Федерации : [сайт]. URL: <https://www.oprf.ru/about/structure/comissions/comissions2020/1456> (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁹ Указ о создании Общероссийской общественно-государственной организации «Ассамблея народов России» [Электронный ресурс] // Президент России : [сайт]. URL: <http://www.kremlin.ru/catalog/keywords/26/events/64412> (дата обращения: 20.11.2020).

²⁰ Комиссия по гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений [Электронный ресурс] // Общественная палата Российской Федерации : [сайт]. URL: <https://www.oprf.ru/about/structure/comissions/comissions2020/1456> (дата обращения: 20.12.2020).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, сфера межнациональных и межконфессиональных отношений России стоит перед целой чередой рисков и опасностей, которые могут дать знать о себе как в наступившем году, так и в ближайшей перспективе. Современный стиль этнополитики России характеризуется организацией и проведением совместных межнациональных мероприятий, расширением сотрудничества с национально-культурными автономиями и национальными общественными объединениями.

Стремясь к упрочению гражданственности многонационального российского народа и опираясь на такие возможности, как национально-культурные и религиозные объединения, экспертное сообщество, общественные и консультативные органы, вносится вклад в создание демократического общества. При этом процесс поддерживают и объединяют такие основы и ценности нашего общества как патриотизм, ответственное гражданственное стремление к справедливости, стабильности и умеренности; лояльность по отношению к власти, готовность к союзу с ней и к достижению компромисса в конфликтах; стремление к единению и консолидации.

Эти принципы и разумное следование им позволяют России сохраниться как уникальному многонациональному и многоконфессиональному государству, дать в ближайшие десятилетия достойный ответ текущим вызовам и рискам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аствацатурова М. А. Органы местного самоуправления в оптимизации межэтнических отношений: факторы потребности, рискогенные сферы и перспективные направления // Местное самоуправление в условиях глобальных вызовов современной России: сборник материалов научно-практической конференции с международным участием. Ростов-на-Дону, 2019. С. 479–487.
2. Зорин В. Ю. Что хотели жители НАО сказать протестным голосованием по Конституции России [Электронный ресурс] // Regnum : [сайт]. URL: <https://regnum.ru/news/polit/3007947.html> (дата обращения: 20.07.2020).
3. Зорин В. Ю., Каменских М. С. Этнополитическая ситуация в России: современное развитие и основные мегатренды // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2020. № 1. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 20.07.2020).
4. Путин В. В. Россия: национальный вопрос // Независимая газета. 2012. 23 января.
5. Реализация государственной национальной политики: опыт города Москвы и регионов России / под ред. В. Б. Тарасова, В. Ю. Зорина. М.: Московский дом национальностей, 2019. 400 с.

ный ресурс] // Общественная палата Российской Федерации : [сайт]. URL: <https://www.oprf.ru/about/structure/comissions/comissions2020/1456> (дата обращения: 20.12.2020).

6. Феномен этнического конфликта: междисциплинарный подход и общественные практики. Опыт предупреждения и урегулирования конфликтов / под ред. В. А. Тишкова, В. В. Степанова. М.: ИЭА РАН, 2018. 452 с.

REFERENCES

1. Astvatsaturova M. A. [Local authorities in optimization of inter-ethnic relations: the factors of needs, risky sphere and future directions]. In: *Mestnoe samoupravlenie v usloviyakh global'nykh vyzovov sovremennoi Rossii: sbornik materialov nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem* [Local government in the context of global challenges of modern Russia: proceedings of scientific-practical conference with international participation]. Rostov-on-don, 2019, pp. 479–487.
2. Zorin V. Yu. [What did the NAO residents want to say by protest voting on the Constitution of Russia]. In: *Regnum*. Available at: <https://regnum.ru/news/polit/3007947> (accessed: 20.07.2020).
3. Zorin V. Yu., Kamenskikh M. S. [Ethnopolitical situation in Russia: modern development and main megatrends]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2020, no. 1. Available at: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 20.07.2020).
4. Putin V. V. [Russia: the national question]. In: *Nezavisimaya gazeta* [The independent newspaper], 2012, January 23.
5. Tarasov V. B., Zorin V. Yu., eds. *Realizatsiya gosudarstvennoi natsional'noi politiki: opyt goroda Moskvy i regionov Rossii* [The implementation of the state national policy: the experience of the city of Moscow and regions of Russia]. Moscow, Moscow House of Nationalities Publ., 2019. 400 p.
6. Tishkov V. A., Stepanov V. V., eds. *Fenomen etnicheskogo konflikta: mezhdistsiplinarnyi podkhod i obshchestvennye praktiki. Opyt preduprezhdeniya i uregulirovaniya konfliktov* [The phenomenon of ethnic conflict: an interdisciplinary approach and social practices. Conflict Prevention and Resolution Experience]. Moscow, Institute of Ethnology and Anthropology RAS Publ., 2018. 452 p.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 01.02.2021

Статья размещена на сайте: 13.05.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Зорин Владимир Юрьевич – доктор политических наук, профессор, главный научный сотрудник Института этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая Российской академии наук; e-mail: v.y.zorin@mail.ru

Каменских Михаил Сергеевич – кандидат исторических наук, доцент, старший научный сотрудник отдела истории, археологии и этнографии Пермского научного центра Уральского отделения Российской академии наук; e-mail: pomidorrr@mail.ru

Vladimir Yu. Zorin – Dr. Sci. (Political Sciences), Prof., Chief Researcher, Institute of Ethnology and Anthropology of the Russian Academy of Sciences; e-mail: v.y.zorin@mail.ru

Mikhail S. Kamenskikh – Cand. Sci. (History), Senior Researcher, Department of History, Archeology and Ethnography, Perm Scientific Center, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences; e-mail: pomidorr@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Зорин В. Ю., Каменских М. С. 2020 год в национальной политике России: итоги, задачи и вызовы нового десятилетия // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru

Zorin V. Yu., Kamenskikh M. S. Year 2020 in national policy of Russia: results, tasks, challenges in the new decade. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru

УДК 32.019.5

Капицын В. М., Симонова А. И.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
119192, г. Москва, Ломоносовский проспект, д. 27, корп. 4, Российская Федерация

ВЕЛИКАЯ ПОБЕДА В ПОЛИТИКЕ ПАМЯТИ: ВОЙНЫ ЗА ИДЕНТИЧНОСТЬ МОЛОДЁЖИ

АННОТАЦИЯ

Цель. Выявление роли Великой Победы и политики памяти в войнах за идентичность молодёжи, их значения для консолидации общества.

Процедура и методы. На основе анализа специальной литературы и эмпирического материала рассмотрена политика памяти как формирующийся теоретический концепт, его связь с исследованиями технологий войн за идентичность. Предмет исследования – память молодёжи о Великой Победе в контексте кризиса идентичности и войн за идентичность. Использован междисциплинарный подход и идентификационный метод в сочетании с системным, сравнительным ценностным методами.

Результаты. Проблематизация темы политики памяти, систематизация политико-психологических механизмов, способствующих формированию общенациональной идентичности и патриотизма молодёжи.

Теоретическая и/или практическая значимость. Изучение политики памяти в контексте войн за идентичность актуализирует значение Великой Победы для обеспечения духовной преемственности поколений.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

политика памяти, молодёжь, индексы идентичности, молодёжный кризис идентичности, национальная идентичность

СТРУКТУРА

Введение

Историческая память как основа национальной идентичности

Особенности политики памяти в современных условиях

Молодёжная политика и войны за идентичность

Заключение

V. Kapitsyn, A. Simonova

Lomonosov Moscow State University
27 Corp. 4, Lomonosovsky prospekt, Moscow 119234, Russian Federation

THE GREAT VICTORY IN THE POLITICS OF MEMORY: THE WARS FOR THE IDENTITY OF YOUNG PEOPLE

ABSTRACT

Aim. Identification of the role of the great Victory and the policy of memory in the wars for the identity of young people, its significance for the consolidation of society.

Procedure and methods. On the basis of special literature and empirical material analysis, the authors studied the policy of memory as an emerging theoretical concept and its connection with the research of technologies of wars for identity. The subject of the study is the memory of young people about the great Victory in the context of the youth identity crisis and identity wars. The authors used an interdisciplinary approach and an identification method in combination with system, comparative and value methods.

Results. The authors problematized the topic of memory politics and systematization of its political and psychological mechanisms that contribute to the formation of youth patriotism and national identity of Russians.

Research implications. The study of the politics of memory in the context of identity wars actualizes the significance of the great Victory for ensuring the spiritual continuity of generations.

KEYWORDS

politics of memory; youth; identity indices; youth identity crisis; national identity

ВВЕДЕНИЕ

Великая Победа остаётся символьным мега-комплексом, определяющим осмысление многих исторических и современных событий. В свете великого символа существенно переосмысливаются воспоминания о войне и современное бытие в СМИ, риторике политиков и учёных.

На различных площадках обсуждается «политика памяти». Это понятие получило политическое воплощение в практиках, объединяющих значительную часть российского общества. В акциях «Бессмертный полк» и «Дорога памяти» активное участие приняли россияне и граждане многих государств СНГ, соотечественники в «дальнем зарубежье». Данные акты коммеморации наполнили понятие «политика памяти» новыми смыслами, органично включёнными в символьный мега-комплекс Великой Победы, соединяющий историю и деятельность семей; сёл, городов, республик России, СНГ, а также СССР. Оживление личных и государственных архивов, включая публикацию новых документов, увековечивание имён погибших, волнующие митинги, шествия, электронные ленты памяти, почётные звания городов, конференции – всё это проявилось как стремление конкретно отразить личное отношение к исторической памяти.

В год юбилея Победы мы стали свидетелями «резкого обострения войн исторической памяти применительно к событиям и оценке Второй мировой во-

йны» [14, с. 4]. На Украине шла мемориальная десоветизация с сопротивлением ей со стороны отдельных социальных групп. Параллельно в США и Великобритании развернулась борьба с памятниками южан-конфедератов и колониального наследия [3, с. 55]. История Второй мировой войны стала объектом фальсификаций, а память о войне превратилась в политический инструмент влияния. Вновь, как в конце 1980-х гг., некоторым силам удалось вырвать из контекста взаимосвязанных фактов советско-германский договор о ненападении 1939 г., и, забыв о Мюнхенском сговоре 1938 г., углубившем дисбаланс сил, обвинить СССР в развязывании Второй мировой войны, как это сделал Европарламент¹.

Информационно-коммуникационные технологии, когнитивные исследования, искусственный интеллект не отменяют, а наоборот, обостряют интерес к политике памяти и её инструменту – коммеморации как способу передачи памяти о прошлом [17, с. 83]. Такие достижения стали оружием войн за идентичность молодёжи.

Национальная идентичность – объект, на сохранение или разрушение которого направлены усилия многих политических сил. Причина – связь идентичности советского народа с моральными ценностями, способствующими объединению перед лицом новых военных и ментальных угроз. Выявляя источники Великой Победы в 1945 г., исследователи пишут, прежде всего, о морально-политическом превосходстве народа-освободителя. «...К началу Великой Отечественной войны... было достигнуто единство нации. Говоря современным языком, вполне возможно было вести разговор о сформированности советской идентичности, что было достигнуто благодаря мощной пропаганде единства народов СССР» [16, с. 9]. В поздравлении 23 февраля 1945 г. И. В. Сталину У. Черчилль написал: «Будущие поколения признают свой долг перед Красной Армией так же безоговорочно, как это делаем мы, дожившие до того, чтобы быть свидетелями этих великопепных побед»².

Э. Г. Эриксон [21] создал основу для анализа идентичности как многопланового явления, играющего важную роль в обществе и государстве и реализующего политику памяти [10]. Отдельную группу работ составляют исследования о новых конфликтах, разворачивающихся как войны за сознание и идентичность [1; 7; 13]. Кроме того, мы обратились к работам по молодёжной политике. Использована обширная эмпирическая база, в том числе социологические опросы, законодательная и правоприменительная практика.

Основная цель исследования – выявление роли Великой Победы и политики памяти в войнах за идентичность молодёжи, её значения для консолидации общества. Ставятся следующие задачи:

¹ Резолюция Европейского парламента от 19 сентября 2019 г. «О важности европейской памяти для будущего Европы» [Электронный ресурс] // Европейский парламента [сайт]. URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2019-0021_EN.html (дата обращения: 19.12.2020).

² ХРОНОС: всемирная история в интернете [Электронный ресурс]. URL: http://www.hrono.ru/libris/stalin/sc45_02.html (дата обращения: 20.12.2020).

- проанализировать значение памяти о Великой Победе для сохранения национальной идентичности;
- расширить понимание национальной идентичности как основы стабильности общества и успешного развития государства;
- рассмотреть политику памяти в России как концепт, связанный с технологиями войн за идентичность;
- выявить особенности молодёжи и молодёжной политики в контексте войн за идентичность.

В исследовании используется *междисциплинарный подход*, учитывающий усилия представителей научных дисциплин в разработке проблем политики памяти и идентичности молодёжи. Особую роль играет *идентификационный подход*, поставивший политику памяти в центр формирования национальной идентичности, неразрывно связанной с Великой Победой и её празднованием как важнейшим нарративом. Используются также системный, сравнительный, ценностный *методы*.

ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ КАК ОСНОВА НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Обсуждение конституционных поправок в 2020 г., показало, что проблема исторической памяти близка представителям самых разных возрастных, социальных и профессиональных групп. Их активное участие позволило в год Памяти и Славы придать особый смысл частям 2 и 3 статьи 67.1 Конституции России, коннотациям «тысячелетней истории», «сохранения памяти предков», традиции и обязанности «читать память защитников Отечества».

По данным социологических опросов, 96% россиян (2017 г.) убеждены, что нужно знать историю своей страны, при этом 90% гордятся российской историей и армией, а 83% считают «необходимым вести борьбу с фальсификаторами истории» [14, с. 11]. Для большей части студентов – наиболее активной группы молодёжи – такая память «носит ценностно-позитивный характер, связанный с идеалом подвига старших поколений и с социальным образцом их самоотверженности и любви к Родине» [18, с. 3–4].

Даже на обыденном уровне исследователи выявляют разграничение понятий *историческое знание, историческая память, политика памяти*: «Если знание может и должно носить нейтрально-объективный характер, то память как совокупность представлений, мнений и оценочных суждений общества о своём прошлом, представляет собой уже эмоционально-субъективный и мифологизированный феномен» [5, с. 13]. Отмечается, что «содержание исторической памяти определяется прошлым, но без неё невозможно осмысление настоящего; меняясь в зависимости от социально-исторического контекста, она, в свою очередь, влияет на культурную среду социума [5, с. 13].

Онтологизацию представлений об исторической памяти провел Э. Ассман, считавший, что «культурная память основана на фиксированных точках в прошлом», событиях, не превращающихся в отжившее прошлое, а оживаю-

щих в символах, представляемых в контексте постоянно освещаемого изменяющегося настоящего («прошлое с индексом идентичности»). События с таким индексом привлекают культурную память потомков, потому что событие воспроизводится как «наше» [22, р. 38]. Индекс идентичности – символ духовной силы исторического события, не исчезающей при индивидуальном и ситуативном осмыслении, несмотря на пространственно-временные и субъектные изменения общества, соединяющей коллективную, индивидуальную, национальную идентичности предков и потомков.

Касаясь взаимодействия исторической памяти и идентичности [9], отметим, что такое понимание идентичности частично примиряет споры примордиалистов и конструктивистов. Идентичность человека – состояние, когда для человека существует символ-образец (личность, норма, цель, нарратив), ориентируясь на который он чувствует единение с общностью или государством. Хотя такое состояние не всегда устойчиво, тем не менее, придаёт духовную силу обществу и индивиду. Примордиализм исходит из ограниченных изменений национальной идентичности, тесно связанной с духом того или иного народа, его происхождением. В конструктивизме, акцентирующем внимание на «текучести» и «множественности» идентичностей, улавливается возможность конструирования дополнительных скреп единения с учетом изменений мира и восприятия себя в этом мире.

Такие изменения, затрагивая различные слои общества, в наибольшей степени отражаются на молодом поколении. Особенность молодёжного возраста – испытание серьёзным *кризисом идентичности*. Его признаки: подверженность смене влияний; восприимчивость к идеологиям, обещающим новую мировую перспективу ценой решительного отказа от старой; потребность в преданности чему-то (кому-то); демонстрация резкой и нетерпеливой готовности отвергать и дискредитировать людей (в том числе, иногда и себя); взрывная нетерпимость и искренний аскетизм; склонность к острым впечатлениям и бурному негодованию, к радикальной борьбе с консерватизмом [21, с. 81–83].

С этим связано *влечение к новизне*. Показательно, что в группе 18–25-летних утверждение «жить в непременно меняющемся обществе трудно, но всё-таки интересно» выбрали 72% молодых людей. В то же время в возрасте 26–35 лет – уже 68%. А среди остального населения – не более 50% [8, с. 267–269]. Другая особенность динамизм и мобильность. Изменяясь телесно, духовно, социально, особенно в состоянии «кризиса идентичности», молодые люди теряют и мучительно ищут привычные ориентиры развития, переходя к взрослому периоду.

Влечение к новизне, динамизм и мобильность обуславливают *неустойчивость* молодёжной идентичности, широкий разброс мнений внутри возрастной группы. Социологи Левада-Центра, выявляя отношение к деятельности В. В. Путина на посту президента России (март–апрель 2019 г. – июль

2020 г.), сравнили респондентов в возрасте 55+, у которых доля положительных ответов располагалась в диапазоне от 70 до 80%, и молодых от 18 до 24 лет – у них этот диапазон был от 40% до 70%³.

Всё это объясняет подверженность сознания молодого поколения *внешнему влиянию*, будь то школьная или вузовская среда, коллеги по работе, друзья, СМИ. В современных условиях молодёжь отдаёт приоритет средствам интернет-коммуникации. Для преодоления молодёжного кризиса идентичности, усугубляемого политическими и экономическими катаклизмами, необходимо нейтрализовать внешнее влияние, способное разрушать историческую память, противопоставляя этому материалы о любви к малой родине и Отечеству. По опросам Левада-Центра, большинство молодых людей по-прежнему согласны с тем, что *Россия должна позиционировать себя как «великая держава»* и приветствуют присоединение Крыма к России⁴.

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИКИ ПАМЯТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Политика памяти – это продуманная система программ и мероприятий, направленных на защиту и обогащение исторической памяти народа, и особенно молодёжи. Ф. Бродель относил к основным задачам государства «участие в духовной жизни общества, извлечение дополнительной силы из могущественных религиозных ценностей, делая между ними выбор или же уступая им», а также надзор «над живыми движениями культуры, зачастую оспаривающими традицию» [4, с. 521–522]. Политика памяти связывает множество образов и индивидуальных смыслов в воспоминаниях людей, свидетельства документов для выстраивания индексов идентичности – политико-психологических комплексов, объединяющих разные поколения в многоуровневой символической системе.

В такой системе государственная политика памяти может «сверху» артикулировать идеи и образы, обсуждая их с гражданами, получая поддержку «снизу», закреплять символы с индексом идентичности, в том числе в Конституции, законах, государственных программах. Такие индексы идентичности политика памяти формирует с детства с помощью семьи, школы, общественности, закладывая в сознание соответствующие политико-психологические конструкторы.

Всё это имеет непосредственное отношение к состоятельности государства, в связи с чем политика памяти занимает значимое место в государственном управлении. Идентичность «становится призмой, через которую рас-

³ Ожидания от будущего: взгляды оптимистов и пессимистов. 24 ноября 2020 года [Электронный ресурс] // Левада-Центр: данные опросов: [сайт]. URL: <https://www.levada.ru/2020/11/24/ozhidaniya-ot-budushhego-vzglyady-optimistov-i-pessimistov/> (дата обращения: 20.12.2020).

⁴ Ценности, ориентации и участие в политической жизни российского молодого поколения. 30 июня 2020 года [Электронный ресурс] // Левада-Центр: данные опросов: [сайт]. URL: <https://www.levada.ru/2020/06/30/tsennosti-orientatsii-i-uchastie-v-politicheskoy-zhizni-rossijskogo-molodogo-pokoleniya/> (дата обращения: 20.12.2020).

смаstrиваются, оцениваются и изучаются многие важные черты современной жизни» [2, с. 176–177]. В национальной идентичности такая призма складывается из ценностей истории и культуры народа, что помогает присваивать индекс идентичности важным событиям и оценивать прошлое и будущее.

Политика памяти сохраняет *объединяющие ценности*. Конфликты ценностей гораздо сложнее урегулировать, чем конфликты интересов. Государство с помощью политики памяти стремится предотвращать ситуации конфликта ценностей. «При несовпадающих интересах всегда можно, по крайней мере, попытаться найти какой-то компромисс... шаг за шагом идти к взаимоприемлемому решению. Ценности же бескомпромиссны, в некотором роде они представляют собой базовые примордиальные установки поведения, и потому сблизить их крайне трудно»⁵.

В цитируемом документе поставлены задачи формирования системы ценностей с учётом многонациональной основы нашего государства и система мероприятий. Учитывается, что *значительная часть молодёжи не интересуется политикой* в традиционном смысле этого слова. Политика интересна лишь 19% опрошенных россиян в возрасте от 14 до 29 лет (три института вызывают доверие – волонтёры (49% опрошенных), армия (44%) и президент (42%)⁶.

Армия, военная доблесть сохраняют устойчивые позиции среди ценностей молодёжи, что придаёт особый смысл политике памяти. Военная история играет значимую роль и в других странах. Так, войны занимают важное место в восприятии истории американцами; 80% молодых граждан 14 стран ЕС (опрос 2012–2014 гг.) считают, что именно Вторая мировая война является наиболее значимым событием XX века [14, с. 12]. Наш народ вёл, как правило, освободительные войны и военные действия в силу острой стратегической необходимости, в том числе, помогая союзникам и народам, ведущим освободительные войны.

Политика памяти должна обладать *богатым и привлекательным символьным рядом* [12]. Символизация, соединяющая образ, идею, эмоции, ритуал, придаёт коммеморации «духоподъёмную» силу. Историческая память приобретает характер политико-психологического комплекса, в котором образы общего прошлого в соединении с современными идеями, становятся символами-образцами, которым потомки стремятся подражать. Пример – скульптурно-архитектурный триптих о Великой Победе, выразивший воинскую доблесть и вечную ценность жизни, единство фронта (солдата) и тыла (семьи, матери, ребёнка, труда). «Родина-мать зовёт!» в Волгограде при-

⁵ Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики РФ на период до 2025 года» [сайт]. URL: <https://base.garant.ru/70813498/> (дата обращения: 20.12.2020).

⁶ Более 80% российской молодёжи равнодушны к политике. 30 апреля 2020 года. [Электронный ресурс] // Левада-Центр: данные опросов : [сайт]. URL: <https://www.levada.ru/2020/04/30/bolee-80-rossijskoj-molodezhi-ravnodushny-k-politike/> (дата обращения: 20.12.2020).

зывает с Мечом в руке к защите Отечества. «Тыл – фронту» в Магнитогорске олицетворяет Рабочего, передающего Меч Воину. В Берлине – «Солдат-освободитель» с Мечом в одной руке и спасённым немецким ребёнком в другой. Логично, что учреждение почётного звания «Город трудовой доблести», символизирующего единство Труженика и Воина, реализовалось в ходе подготовки к 75-летию Великой Победы.

Формируя и реализуя политику памяти, особенно в молодёжной среде, важно также найти *оптимальный баланс между героическим и трагическим, подвигом и мужественным терпением*. Если этот баланс нарушается, возникает тенденция к дегероизации войны, когда «патриотизм подменяется обывательским сарказмом и отстранённостью» [14, с. 5]. С другой стороны, нарушение разумного соотношения между публичным и частным приводит к размыванию «национально-ориентированного нарратива за счёт обращения к теме личности на войне, акцентирования на противоречивости и неоднозначности военных событий» [14, с. 22].

Деятельностная составляющая является одной из сущностных характеристик политики памяти, особенно в молодёжной среде. «Деятельностный компонент гражданской идентичности может быть представлен как принятие молодёжью перспективы участника, а не наблюдателя, готовность молодежи влиять на происходящее, принимая всю полноту ответственности за собственные действия; а также как установка гражданина на совместную с другими членами гражданского общества деятельность, стремление к сотворчеству, к достижению согласия путем убеждения» [15, с. 359]. Проекты «Бессмертный Полк», «Лента памяти», работа Роспатриотцентра, «Волонтёры Победы», «МыВместе», конкурсы эссе студентов о Великой Победе (факультет политологии МГУ) и многие другие отвечают этому требованию.

Переходный характер эпохи требует от общества масштабности решаемых проблем при одновременном обеспечении суверенитета и национальной безопасности. Масштабные изменения невозможны без сохранения таких ценностей, как связь поколений, национальная идентичность, патриотизм. Политика памяти формируется и реализуется в условиях обостряющихся войн за идентичность, когда создаваемые конструкты искусственно встраиваются в восприятие реальности через образы, когнитивные схемы, символы, мифы, корректируя или искажая национальный нарратив.

В исследовании таких войн и политики памяти в качестве центрального факта выделяют то, что в переломные эпохи чаще возникают когнитивные диссонансы, связанные с судьбоносными темами, когда рушатся знакомые картины мира. У молодёжи это накладывается на возрастной кризис идентичности, что облегчает воздействие на когнитивные процессы. Так, против нашей молодёжи, особенно студенчества, применяются технологии «когнитивных войн», с помощью которых стремятся «не просто подавить волю противника, но подчинить его сознание» [1, с. 9].

МОЛОДЁЖНАЯ ПОЛИТИКА И ВОЙНЫ ЗА ИДЕНТИЧНОСТЬ

Развёрнутая война за идентичность создаёт немало проблем для педагогов и молодёжной политики в преодолении кризиса юношеской идентичности, без чего трудно говорить об успешной социализации. Социализация может затягиваться, а может и ускоряться, что зависит как от политики, так и от целеустремлённости самих молодых людей. Благоприятное сочетание этих факторов создаёт условия для формирования поколений людей, способных решать проблемы своего образовательного, профессионального и социального роста, а вместе с этим совершенствовать общество и государство. Политика памяти как важная составляющая молодёжной политики отвечает за сохранение связи поколений, основанной на ценностях патриотизма и культурной преемственности.

Патриотизм и культурная преемственность предполагают взаимодействие всех поколений, ныне живущих, ушедших из жизни и будущих, на основе символики событий, обладающих индексом идентичности. Возникает проблема взаимных переходов коммуникативной и культурной памяти о Великой Победе. Всё меньше остаётся в строю ветеранов и тружеников тыла – носителей коммуникативной памяти, приближается «точка разрыва», и необходимо коммуникативную память трансформировать в культурную память народа со своими «местами памяти» [11, с. 156–157]. В целом молодёжь оказалась достаточно подготовлена к восприятию такой культурной памяти во всём её многообразии, активно участвуя в мероприятиях вместе с ветеранами, краеведами, политиками. Например, в реализации проекта «Дорога памяти».

Взаимосвязь коммуникативной и культурной памяти зависит от перестройки системы *исторического образования и просвещения*⁷. Общероссийский опрос ФОМ показал, что 65% молодёжи в возрасте 18–30 лет считают, например, что патриотом не может быть человек, не знающий историю своей страны (ответы населения в целом – 67%)⁸. Но в войнах за идентичность молодёжи возникают проблемы более сложные. Само по себе историческое просвещение, даже «решение задач демифологизации и дефальсификации антироссийского исторического нарратива» через предъявление исторической правды... проблемы не решает» [1, с. 22].

С учётом этого, какие проблемы молодёжной политики требуют особого внимания?

Нарастающая информатизация жизни, особенно молодых граждан, отвечает запросам времени. Но важна оценка количества, разнообразия и контента источников информации. Россияне в возрасте 18–35 лет активнее всех

⁷ К сожалению, эта система подверглась трансформациям, способствующим глубоким травмам исторической памяти российского общества.

⁸ Патриотизм: динамика мнений. 23 Марта 2017 года [Электронный ресурс] // ФОМ: данные опросов: [сайт]. URL: <https://fom.ru/TSennosti/13261> (дата обращения: 20.12.2020).

пользуются интернетом и социальными сетями, что приводит, в частности, к существованию параллельных медиа-пространств со своими аудиториями и героями, разными индексами идентичности, которые молодёжь присуждает событиям. А это грозит разрывом между молодыми россиянами и старшим поколением. «Индикаторы информированности», в том числе учитывающие доступ к разным источникам информации, тесно связаны также с показателями гражданской активности⁹. Следует освещать успешный опыт использования информационных источников для реализации молодёжных проектов политики памяти¹⁰.

Усиливается сетевой характер всех сфер жизни. Ф. Бродель отмечал, что государства и 200–300 лет назад имели сетевые структуры. Но за последние годы произошло кардинальное изменение природы и функций государства, приобретающего характер сложной коммуникационной сети [19, с. 51]. Социальные сети стали неотъемлемой частью жизни каждого человека и обществ. Но сетевая активность в интернет-пространстве несёт угрозы для политической системы. Государство теряет монополию «на генерацию и трансляцию политического контента, формирование ценностно-смысловых моделей и массовых представлений о политической реальности» [6, с. 33, 35]. Сетевая активность разных субъектов не требует порой значительных усилий, может носить анонимный характер, а информация часто транслируется без ответственности за содержание.

Выход из этой ситуации – в использовании особенностей сетей за счёт эффективной политики памяти и активности молодёжной аудитории. Важно такую сетевую активность трансформировать в *гражданскую, включая в систему совершенствуемых институтов гражданского общества*, преодолевая устоявшиеся стереотипы. В частности, вопреки распространённому мнению, специалисты отмечают, что «*молодые люди – далеко не самая протестно настроенная группа населения. ... Об этом говорят и опросы общественного мнения, и состав участников протестных акций, если рассматривать все мероприятия, проводившиеся в стране за последнее время*»¹¹.

Активизм молодёжи может направляться в полезное русло. По данным опроса 2018 г., о своей готовности к участию в разных видах гражданской активности заявили значимо большее число молодых россиян в сравнении

⁹ Гражданский активизм российской молодежи [Электронный ресурс] / Волков Д. и др. // Левада-Центр : [сайт]. URL: <https://www.levada.ru/2020/10/01/grazhdanskij-aktivizm-rossijskoj-molodezhi/> (дата обращения: 20.12.2020).

¹⁰ В частности, такие проекты как «DOBRO.RU» – сайт волонтерского движения, URL: <https://dobro.ru>; сайт ФГБУ «Российский центр гражданского и патриотического воспитания детей и молодёжи» (Роспатриотцентр), URL: <https://rospatriotcentr.ru>.

¹¹ Ценности, ориентации и участие в политической жизни российского молодого поколения [Электронный ресурс] // Левада-Центр: данные опросов: [сайт]. 30 июня 2020 года. URL: <https://www.levada.ru/2020/06/30/tsennosti-orientatsii-i-uchastie-v-politicheskoy-zhizni-rossijskogo-molodogo-pokoleniya/> (дата обращения: 20.12.2020).

со средними показателями по населению в целом (превышение на 10–20%)¹². Почти 40% волонтеров в России – это молодые люди от 18 до 24 лет. В проекте «Ветераны и историческая память» участвуют почти 65 тыс. человек. В 2019 г. численность волонтеров составила более 4 млн человек. Трудно переоценить также гражданскую активность молодёжи, принявшей участие во Всероссийской акции оказания помощи населению в ситуации коронавирусной инфекции «МыВместе». В её рамках, в частности, прошли сотни адресных «концертов во дворах» для ветеранов, более 44 тыс. ветеранов вручили праздничные подарочные наборы¹³.

Активизации политики памяти способствуют *социологические опросы*, например, жителей Курильских островов о принадлежности этой территории, о строительстве православного храма в Екатеринбурге, поправках в Конституцию. По мнению членов Российского общества социологов, опросы выступают «как форма актуализации исторической памяти, что подтверждается в том числе и комментариями студентов, которые они размещали в социальных сетях после прохождения online-опроса» [20, с. 124–125]. Типично такое суждение, как: «опрос заставил задуматься об истории нашей страны» [11, с. 157].

Политика памяти в молодёжной среде может использовать *игровые формы*, в частности, компьютерные игры. Видеоигры как эффективный инструмент закрепляют в сознании представления о событиях прошлого «посредством отображения символического нарратива и психоэмоционального сопряжения пользователя с управляемым им персонажем» [3, с. 59]. Их развитие связано с расширением жанрового разнообразия и внедрением новых элементов «дополненной реальности». Исследователи обращают внимание на рост численности сообщества геймеров в геометрической прогрессии, а также на скрытый потенциал видеоигр, связанный с выстраиванием «системы эмоциональных связей пользователя с элементами игрового мира» [3, с. 54, 56, 59].

Укажем и на ещё одну особенность молодёжной политики. С учётом молодёжного кризиса идентичности современные общества стремятся отдалить момент предъявления «*взрослого счёта*» *ответственности*. Правовые акты часто распространяют понятие «ребёнок» на молодых людей до 18 лет, предоставляя им «психологический мораторий», возможность «отложить решение относительно того, кто ты есть и кем предполагаешь быть», «сориентироваться на будущую идентичность» [21, с. 84]. Школьное образование в мире, как правило, предусматривает 12–13-летнее обучение. В России с поправкой в Федеральный закон о молодёжной политике возрастной период молодёжи увеличивается до 35 лет. Это создаёт благоприятные условия для

¹² Гражданский активизм российской молодёжи [Электронный ресурс] / Волков Д. и др. // Левада-Центр : [сайт]. URL: <https://www.levada.ru/2020/10/01/grazhdanskij-aktivizm-rossijskoj-molodezhi/> (дата обращения: 20.12.2020).

¹³ Доклад о развитии добровольчества в Российской Федерации в 2019 году // Сайт Минэкономразвития России : [сайт]. 02.09.2020. URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/doklad_o_razvitiy_dobrovolchestva_v_rossijskoy_federacii_v_2019_godu.html (дата обращения: 20.12.2020).

предоставления более широкому кругу дополнительных социальных гарантий, в частности, молодым семьям. Однако, одновременно возникает ситуация с расширением свободы от ответственности за свои действия (это отразилось в расхожей формуле «Они же дети!»).

Политика памяти, как и любая политика, использует инструмент ответственности и долга. Их формы и виды разнообразны. Например, служба в Вооружённых силах с 18 лет. В России в последние годы приняты важные изменения в законодательстве, касательно политики памяти. В частности, в 2020 г. статья 354.1 Уголовного кодекса России устанавливает уголовную ответственность за реабилитацию преступлений нацизма, что противодействует посягательствам на историческую память о Великой Победе и возрождению нацизма, соответствует требованиям международного права, начиная с приговоров Нюрнбергского трибунала; и Конституции России, в соответствии с ч. 3 ст. 67.1. – в России обеспечивается защита исторической правды («Умаление значения подвига народа при защите Отечества не допускается»).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Осуществление политики памяти, включая научные разработки, дискуссии с широким кругом участников, в том числе молодёжь, коммеморативные мероприятия – результат совместных усилий государства и общества.

Как показывает проведённый анализ, предстоит серьёзная работа по совершенствованию содержания и организационной структуры политики памяти. Для этого апробируется широкий круг технологий, инструментов и ресурсов. Свою деятельность не только на национальном, но и на международном уровне активизируют «Российское историческое общество», «Русское географическое общество». Значительным потенциалом для формирования политики памяти обладают СМИ, социальные сети, а особенно телеканалы и блогеры.

Политика памяти становится политико-психологическим ресурсом развития России, поддержания единства поколений российского народа, несмотря на войны за идентичность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Багдасарян В. Э. Когнитивные матрицы манипулятивных технологий в войнах и революциях нового типа // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2020. № 1. С. 8–23.
2. Бауман З. Индивидуализированное общество / пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005. 390 с.
3. Белов С. И., Кретова А. А. Компьютерные игры как ресурс реализации политики памяти: практический опыт и скрытые возможности (на материалах позиционирования событий Великой Отечественной войны) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2020. № 1. С. 54–63.

4. Бродель Ф. Материальная организация, экономика и капитализм XV–XVIII вв.: в 3 т. Т. 2. Игры обмена. М.: Прогресс, 1988. 672 с.
5. Великая Отечественная война в исторической памяти молодежи стран-участниц евразийской интеграции / Г. И. Осадчая, И. А. Селезнев, Е. Ю. Киреев, А. А. Черникова // Социально-гуманитарные знания. 2020. № 3. С. 7–25.
6. Володенков С. В., Ромашкина А. Б. Технологии интернет-коммуникации как инструмент влияния на функционирование современных институтов власти: актуальные вызовы // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2020. № 1. С. 33–40.
7. Громыко Ю. В. Антропология политической идентичности. М.: АРКТИ, 2006. 399 с.
8. Двадцать лет реформ глазами россиян (опыт многолетних социологических замеров): Аналитический доклад / Институт социологии РАН. М.: ИС РАН, 2011. 304 с.
9. Капицын В. М. Политическая идентификация как механизм институционализации политического участия: дис. ... докт. полит. наук. М., 1999. 328 с.
10. Капицын В. М. Теория и политика идентичности. М.: ИНФРА-М, 2018. 219 с.
11. Культурная преемственность поколений: студенты России о Великой Отечественной войне / О. В. Власова, Н. В. Дулина, Е. Н. Икингрин, И. А. Кнельц, А. А. Никифорова // Вестник Сургутского государственного педагогического университета 2020. № 2(65). С. 156–159.
12. Малинова О. Ю. Стратегическая культура и фреймы коллективной памяти (на примере постсоветской России) // Вестник Пермского университета. Политология. 2018. № 11. С. 75–91.
13. Манойло А. В., Стригунов К. С. Технологии неклассической войны. Генезис. Эволюция. Практика. М.: Горячая линия-Телеком, 2020. 378 с.
14. Не забудем, но простим? Образ войны в культуре и исторической памяти: Доклад Международного дискуссионного клуба «Валдай» / О. Н. Барбанов и др. М., 2020. 47 с.
15. Попп И. А. Конструирование гражданской идентичности российской молодежи через проекты по сохранению исторической памяти // Вопросы всеобщей истории. 2020. № 23. С. 355–362.
16. Овчинников А. В., Половецкий С. Д., Седых В. В. Предъюбилейные размышления: ценности и смыслы общей памяти о Великой победе // Ценности и смыслы. 2019. № 6(64). С. 6–17.
17. Романовская Е. В., Фоменко Н. Л. Идентичность и коммеморация // Власть. 2015. № 7. С. 81–84.
18. Социальная травма и ценности поколений: Великая Отечественная война в исторической памяти студенческой молодежи / С.Д. Лебедев, И. С. Шаповалова, Н. А. Рошупкина, А. А. Шкапенко // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6. № 2. С. 3–18.
19. Турен А. Социальные изменения двадцатого столетия // Социологическое обозрение. 2002. Т. 2. № 4. С. 49–54.

20. Цена Победы: что помнят и знают студенты России о Великой Отечественной войне (четвертая волна федерального проекта Российского общества социологов) / Ю. Вишнеvский, Н. Дулина, Е. Икингрин, В. Мансуров, Е. Прошина, Г. Широкалова, Д. Шуруин // Социум и власть. 2020. № 2(82). С. 124–125.
21. Эриксон Э. Г. Молодой Лютер. Психоналитическое историческое исследование / пер. А. М. Каримский. М.: МЕДИУМ, 1996. 506 с.
22. Assmann J. Communicative and Cultural Memory // The Theoretical Foundations of Hungarian 'lieux de mémoire' Studies / edited by S. Varga. Debrecen: Debrecen University Press, 2013. P. 36–43.

REFERENCES

1. Bagdasaryan V. E. [Cognitive matrices of manipulation technologies in wars and revolutions of a new type]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki* [Bulletin of the Moscow Regional State University. Series: History and Political Sciences], 2020, no. 1, pp. 8–23.
2. Bauman Z. The individualized society (Russ. ed.: Inozemtsev V. L., transl., ed. *Individualizirovannoe obshchestvo*. Moscow, Logos, 2005. 390 p.).
3. Belov S. I., Kretova A. A. [Computer games as a resource of the politics of memory: practical experience and hidden opportunities (based on games representing World War II events)]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki* [Bulletin of the Moscow Regional State University. Series: History and Political Sciences], 2020, no. 1, pp. 54–63.
4. Braudel F. *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe–XVIII siècle : en 3 vol. Vol. 2. Les jeux de l'échange* (Russ. ed.: *Material'naya organizaciya, ehkonomika i kapitalizm XV–XVIII vv. T. 2. Igry obmena*. Moscow, Progress, 1988. 672 p.).
5. Osadchaya G. I., Seleznev I. A., Kireev E. Yu., Chernikova A. A. [The Great Patriotic War in the historical memory of the youth of the countries participating in Eurasian integration]. *Social'no-gumanitarnye znaniya* [Socio-humanitarian knowledge], 2020, no. 3, pp. 7–25.
6. Volodenkov S. V., Romashkina A. B. [Internet communication technologies as a tool of affecting modern governmental institutions: Current challenges]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki* [Bulletin of the Moscow Regional State University. Series: History and Political Sciences], 2020, no. 1, pp. 33–40.
7. Gromyko Yu. V. *Antropologiya politicheskoy identichnosti* [Anthropology of Political Identity]. Moscow, ARKTI Publ., 2006. 399 p.
8. *Dvadcat' let reform glazami rossiyan (opyt mnogoletnikh sociologicheskikh zamerov): Analiticheskij doklad* [Twenty years of reforms as perceived by the Russians (results of sociological measurements over the period): Analytical report]. Moscow, Institute of Sociology RAS Publ., 2011. 304 p.
9. Kapicyn V. M. *Politicheskaya identifikaciya kak mekhanizm institucionalizacii politicheskogo uchastiya : dis. ... dokt. polit. nauk* [Political identification as a mechanism for the institutionalization of political participation: D. thesis in Political sciences]. Moscow, 1999. 328 p.

10. Kapicyн V.M. *Teoriya i politika identichnosti* [Identity theory and politics]. Moscow, INFRA-M Publ., 2018. 219 p.
11. Vlasova O. V., Dulina N. V., Ikingrin E. N., Knelts I. A., Nikiforova A. A. [Ultural continuity of generations: students of russia about the great Patriotic war]. In: *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [The Surgut State Pedagogical University Bulletin], 2020, no. 2(65), pp. 156–159.
12. Malinova O. Yu. [Strategic culture and frames of collective memory (the case of post-Soviet Russia)]. In: *Vestnik Permskogo universiteta. Politologiya* [Bulletin of Perm University. Political science], 2018, no. 11, pp. 75–91.
13. Manojlo A. V., Strigunov K. S. *Tekhnologii neklassicheskoy vojny. Genezis. Eholyuciya. Praktika* [Non-classical war technologies. Genesis. Evolution. Practice]. Moscow, Hotline-Telekom Publ., 2020. 378 p.
14. Barabanov O. N., et al. *Ne zabudem, no prostim? Obraz vojny v kul'ture i istoricheskoy pamyati: Doklad Mezhdunarodnogo diskussionnogo kluba «Valda»*, Moscow, 2020. 47 p.
15. Popp I. A. [Constructing the civic identity of Russian youth through projects to preserve historical memory]. In: *Voprosy vseobshchej istorii* [Questions of General History], 2020, no. 23, pp. 355–362.
16. Ovchinnikov A. V., Polovetskiy S. D., Sedykh V. V. [Pre-jubilee reflections: values and meanings of common memory of the Great Victory]. In: *Cennosti i smysly* [Values and meanings], 2019, no. 6(64), pp. 6–17.
17. Romanovskaya E. V., Fomenko N. L. [Identity and commemoration]. In: *Vlast'* [The Authority], 2015, no. 7, pp. 81–84.
18. Lebedev S. D., Shapovalova I. S., Roshchupkina N. A., Shkapenko A. A. [Social trauma and values of generations: the Great Patriotic War in the historical memory of students]. In: *Nauchnyj rezul'tat. Sociologiya i upravlenie* [Research result. Sociology and management], 2020, vol. 6, no. 2, pp. 3–18.
19. Turen A. [Social changes of the twentieth century]. In: *Sociologicheskoe obozrenie* [Sociological review], 2002, vol. 2, no. 4, pp. 49–54.
20. Vishnevskij Ju., Dulina N., Ikingrin E., Mansurov V., Pronina E., Shirokalova G., Shkurin D. [Price of the Victory: what students of Russia remember and know about the Great Patriotic war (The fourth wave of The federal project of the Russian society of sociologists)]. In: *Socium i Vlast'*, 2020, no. 2(82), pp. 124–125.
21. Erikson E. H. *Young Man Luter: A Study in Psychoanalysis and History* (Russ. ed.: Karimskii A.M., transl. *Molodoj Lyuter. Psikhooanaliticheskoe istoricheskoe issledovanie*. Moscow, MEDIUM, 1996. 506 p.)
22. Assmann J. Communicative and Cultural Memory. In: Varga S., ed. *The Theoretical Foundations of Hungarian 'lieux de mémoire' Studies*. Debrecen, Debrecen University Press, 2013, pp. 36-43.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 15.02.2021

Статья размещена на сайте: 24.05.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Капицын Владимир Михайлович – доктор политических наук, профессор, профессор кафедры сравнительной политологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова; e-mail: kapizin@yandex.ru

Симонова Анастасия Игоревна – аспирант кафедры сравнительной политологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова; e-mail: stasya_simona@mail.ru

Vladimir M. Kapitsyn – Dr. Sci. (Political Sciences), Prof., Department of the Comparative Political Science, Lomonosov Moscow state University; e-mail: kapizin@yandex.ru

Anastasia I. Simonova – Postgraduate Student, Department of the comparative Political Science, Lomonosov Moscow state University; e-mail: stasya_simona@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Капицын В. М., Симонова А. И. Великая Победа в политике памяти: войны за идентичность молодёжи // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru.

Kapitsyn V. M., Simonova A. I. The Great Victory in the politics of memory: the wars for the identity of young people. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru.

УДК 316.654

Кецба В. И.

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
119991, г. Москва, Ломоносовский пр-т, д. 27, корп. 4, Российская Федерация*

Кецба Б. И.

*Российская таможенная академия
140015, Московская обл., г. Люберцы, Комсомольский пр-т, д. 4, Российская Федерация*

ПОЛИТИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ОБРАЗ РОССИИ В МАССОВОМ СОЗНАНИИ ГРАЖДАН СРЕДНЕГО ВОЗРАСТА

АННОТАЦИЯ

Цель. Выявление политического образа своей страны в массовом сознании граждан Российской Федерации от 31 до 55 лет.

Процедура и методы. Работа основана на результатах политико-психологического исследования, проводимого кафедрой социологии и психологии политики МГУ имени М. В. Ломоносова в г. Москве, Брянской, Смоленской, Саратовской, Томской, Челябинской областях и в Республике Дагестан. Статья завершает цикл авторских работ, посвящённых возрастным особенностям восприятия России её гражданами. В ходе исследования использовались качественные и количественные методы (фокусированные полустандартизированные интервью, рисуночный тест, кодировка полученных данных), с помощью которых авторы сумели выявить политический образ страны в массовом сознании представителей среднего возраста.

Результаты. Исследование показало, что политико-психологический образ России вмещает в себя в большей степени позитивные, чем негативные характеристики. При этом образ страны не совсем целостный и имеет незначительные различия на рациональном и неосознаваемом уровнях восприятия.

Теоретическая и практическая значимость. Статья представляет определённую ценность для политпсихологов, поскольку в ней отражены многие теоретические основания восприятия страны. А с практической точки зрения работа является уникальной: в ней показано, как Россию воспринимают граждане среднего возраста (от 31 до 55 лет), что в научной литературе практически не встречается.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

страна, политическая психология, политическая социализация, политическое восприятие, образ власти, политический образ страны

СТРУКТУРА

[Введение](#)

[Рациональные компоненты образа России](#)

[Политический образ России на неосознаваемом уровне](#)

[Заключение](#)

V. Ketsba

Lomonosov Moscow State University
27 korp. 4 Lomonosovsky pr-t, Moscow 119991, Russian Federation

B. Ketsba

Russian Customs Academy
4 Komsomol'sky pr-t, Lyubertsy 140015, Moscow Region, Russian Federation

POLITICAL AND PSYCHOLOGICAL IMAGE OF RUSSIA IN MASS CONSCIOUSNESS OF MIDDLE AGE GROUPS

ABSTRACT

Aim. The purpose of the article is to identify the political image of our country in the mass consciousness of citizens of the Russian Federation from 31 to 55 years old.

Methodology. This work is based on the results of a political and psychological research conducted by the Department of Sociology and Psychology of Politics at Lomonosov Moscow State University in Moscow, Bryansk, Smolensk, Saratov, Tomsk, Chelyabinsk regions and the Republic of Dagestan. The article concludes the cycle of author's works devoted to the age characteristics of the perception of Russia by its citizens. In the course of the study, qualitative and quantitative methods were used (focused semi-standardized interviews, a picture test, the encoding of the data obtained), with the help of which the authors were able to identify the political image of the country in the mass consciousness of middle-aged people.

Results. This study showed that the political and psychological image of Russia accommodates more positive than negative characteristics. At the same time, the image of the country is not entirely holistic and has minor differences at rational and unconscious levels of perception.

Research implications. This work is of certain value for political psychologists, since it reflects almost all the theoretical foundations of the perception of the country. And from the practical point of view, the work is unique, it shows how middle-aged citizens (from 31 to 55 years old) perceive Russia, the data which is practically not found in the scientific literature.

KEYWORDS

country, political psychology, political socialization, political perception, image of power, political image of the country

ВВЕДЕНИЕ

Образ своей страны в представлении рядовых граждан вызывает интерес политических психологов, поскольку политический образ страны оказывает влияние на международные отношения, не говоря уже о политике внутри страны. То, как граждане будут воспринимать своё государство, косвенно влияет на выстраивание межгосударственных отношений, что не только имеет значение для представителей науки, но и является ценностью для действующей политической власти [8].

Политическое восприятие – это познавательный процесс, в ходе которого информация о рассматриваемом объекте поступает через все органы чувств (через слух, зрение, осязания и т. д.) и конечным продуктом которого

является политический образ. Под политическим образом известный отечественный психолог Д. А. Леонтьев понимал обобщённую картину рассматриваемого объекта [7, с. 19–22].

Для того чтобы понять, какой политический образ России укоренился в массовом сознании граждан нашей страны, были использованы социологические данные, полученные в ходе исследований, проводимых кафедрой социологии и психологии политики МГУ имени М. В. Ломоносова в рамках проекта «Образ страны в российском обществе: политико-психологический анализ» [11, с. 51].

Целью исследования выступает выявление политического образа России в сознании граждан среднего возраста (от 31 до 55 лет). Исследователями также были обработаны и описаны данные, на базе которых уже опубликованы две статьи, посвящённые образу России в представлении молодёжи (от 18 до 30 лет) [5] и старшего поколения (от 56 лет) [6], что даёт возможность выявить специфику восприятия страны представителями средней возрастной группы.

Теоретико-методологическая карта образа России в данной работе базируется на разработках политических географов, на теории политического восприятия и исследованиях политических психологов [2, с. 41].

Политическая география. При изучении представления о территориальных особенностях страны акцент смещался на исследования представителей отечественной школы. На основании исследований В. А. Колосова, Д. Н. Замятина, Е. А. Мельникова было установлено, что образ страны в массовом сознании граждан напрямую связан с территориальными представлениями о ней. Главной особенностью образа территории является невозможность выявления неосознаваемых характеристик. Не учитываются также параметры «сила, активность и привлекательность» [4, с. 34–35].

Политическая социализация. По мнению российских исследователей Е. Б. Шестопал и А. Л. Зверева, образ страны в массовом сознании граждан рассматривается с позиции взросления и обучения (получения образования) личности, в ходе которого у неё формируется представление о политической власти, о политическом лидере, о собственном народе и о самой стране [9, с. 78–79].

Зарубежные исследователи придерживаются во многом схожей позиции. Так, например, исследователь Роберт Сигел под политической социализацией подразумевает длительный процесс становления гражданина, в ходе которого те или иные ценности и установки могут изменяться и влиять на поведение человека, также могут влиять на восприятие им политической жизни страны [14, с. 18–21].

В основе представляемого в данной статье исследования лежит **концептуальная модель**, разработанная на кафедре социологии и психологии политики МГУ имени М. В. Ломоносова: «Образ страны в российском обществе: политико-психологический анализ». Политический образ страны в рамках этой модели включает: «образ страны, политический образ власти, образ политического лидера, образ народа и образ территории» [12, с. 78]. Помимо

этого, политический образ страны у граждан складывается на рациональном и неосознаваемом уровнях восприятия и содержит в себе параметры «сила, привлекательность и активность» [1, с. 5–6].

Методология данного исследования включает в себя политико-психологический опрос, в рамках которого использовались следующие методики: фокусированное интервью, проективный тест «рисунок России» [3, с. 60]. В ходе исследования также использовался метод анализа полученных данных: кодирование полученных ответов.

В самом исследовании «Образ страны в российском обществе: политико-психологический анализ» приняли участие 212 человек от 31 до 55 лет из г. Москвы, Брянской, Смоленской, Саратовской, Томской, Челябинской областей и Республики Дагестан. Исследование осуществлялось по модели репрезентативной выборки.

РАЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ОБРАЗА РОССИИ

Для оценки отношения к своей стране российских граждан респондентам задавался вопрос: «Россия для меня – это...?». Анализ полученных ответов показал, что из общего количества граждан, принимавших участие в данном исследовании, 47,23% опрошенных выразили нейтрально-эмоциональный посыл по отношению к своей стране, о чём свидетельствует, например, такой вариант ответа: «Россия для меня страна, в которой я живу» – женщина, 54 года. На втором месте располагаются ответы, содержащие позитивно-эмоциональный знак (33,49%) в отношении России, в которых страна наделяется характеристикой: «это моя родина, место, где я вырос и где живут мои дети». Были такие респонденты, чьи ответы содержали негативно-эмоциональный посыл по отношению к собственной стране, что составляло примерно 5,5% от числа опрошенных граждан. Мужчина в возрасте 45 лет, например, заявил, что Россия для него «страна, где процветает чиновничье воровство».

В связи с этим рассмотрим основные характеристики страны, которые вызывают у граждан чувство гордости. Таблица 1 отражает распределение частых ответов.

Таблица 1 / Table 1

Что вызывает гордость, когда речь идёт о России /
What causes pride when it comes to Russia

Предметы гордости россиян	Частота	Проценты
Люди и их личностные качества	30	14,52%
Родина, дом	29	14,11%
История	27	14,08%
Политическая сила	26	12,44%
Ничего, нет ответа	23	11%

Анализ полученных данных показывает, что одной явно выраженной характеристики страны, из-за которой респонденты испытывают чувство гордости, нет. В качестве основных критериев, которые вызывают чувство гордости за свою страну, можно выделить людей и их личностные качества, политическую мощь страны и исторические достижения страны (военные победы, освоение космоса и т. д.). Особое внимание следует уделить тому факту, что высок показатель (11%) респондентов, не испытывающих чувства гордости, когда речь идёт об их стране.

Далее рассмотрены характеристики, из-за которых у граждан возникает чувство стыда. Таблица 2 отображает распределение наиболее часто встречаемых ответов.

Таблица 2 / Table 2

Что вызывает стыд, когда речь идёт о России /
What causes shame when it comes to Russia

Явления, вызывающие стыд за страну	Частота	Проценты
Социальные проблемы	53	25,1%
Ни за что, нет ответа	41	19,57%
Коррупция	20	9,5%
Культурный упадок	19	9,16%
Неэффективное управление	16	7,65%

У большего числа опрошенных граждан чувство стыда за свою Родину возникает из-за так называемых социальных проблем. Особенно это выражено в словах одного из респондентов: «Мне стыдно за свою страну, потому что у большинства населения низкие зарплаты и пенсии».

На второй план выходит то, что 19,57% опрошенных не испытывают чувства стыда, когда речь идёт о своей стране, объясняя это тем, что не стоит стыдиться своей Родины ни при каких обстоятельствах. Из чего следует вывод, что большое количество представителей среднего возраста заведомо воспринимают свою страну позитивно, не скрывая своей любви к ней.

Образ политической власти Российской Федерации в массовом сознании российских граждан является составной частью политического образа России, что отражает представления граждан о взаимоотношениях власти и населения. Образ власти в представлении граждан также зачастую отображает проблемы российской политической жизни и обозначает реперные точки, на которые стоит обращать внимание политикам для того, чтобы возможно было регулировать внутривнутриполитические конфликты (митинги и протесты против действующей власти).

Для того чтобы выявить рациональные компоненты образа политической власти, гражданам задавался вопрос «Как бы Вы могли охарактеризо-

вать власть в современной России?». Чаще всего ответы содержали в себе негативный посыл по отношению к действующей власти. Например, мужчина 35 лет политическую власть Российской Федерации охарактеризовал следующим образом: «коррупция, застой, монархический настрой, отсутствие желания решать реальные проблемы».

Подобных ответов из общего количества респондентов оказалось около 50%. Чаще всего представления граждан о власти размытые, власть для респондентов – это что-то абстрактное, о чём они имеют слабое представление. Если данные показатели сравнивать с исследованиями предыдущих лет, становится заметно, что сейчас политическая власть Российской Федерации воспринимается менее негативно, чем в 2011 и 2014 гг., не говоря уже о негативном образе политической власти нашей страны в 1997–2001 гг. [10, с. 78–79].

Что касается положительного отношения к действующей власти, 15,3% респондентов воспринимают её как привлекательную, сильную и активную структуру, наделяя её позитивными характеристиками. При этом полученные ответы являются когнитивно простыми: «Сильная, структурированная» или «Стабильная – сильная». Высок также процентный показатель ответов с нейтральными (20,5%) и амбивалентными (14,2%) характеристиками власти.

Образ политического лидера Российской Федерации. Негативные и положительные характеристики политического лидера страны в представлении граждан могут проецироваться на политическую власть и страну в целом, что оставляет отпечаток на политическом образе России.

Чтобы выявить, кто является для граждан политическим лидером страны, респондентам был задан вопрос: «Назовите трёх самых влиятельных, по Вашему мнению, российских политиков»? Таблица 3 отражает распределение наиболее частых ответов.

Таблица 3 / Table 3

Влиятельные политики в представлении респондентов /
Influential politicians as perceived by respondents

Российский политик	Проценты
В. В. Путин	87,2%
С. В. Лавров	32,4%
Д. А. Медведев	27,5%
В. В. Жириновский	20,7%
С. К. Шойгу	17,1%

Полученные данные свидетельствуют о том, что для подавляющего большинства респондентов влиятельность политических деятелей напрямую зависит от занимаемой ими должности. Кроме того, в список не попали

политические деятели регионального значения (губернаторы, мэры и т. д.). Мэра г. Москвы С. С. Собянина граждане упоминали, но процент упоминаний был настолько низким, что он не вошёл в список наиболее частых ответов. Упоминание С. С. Собянина может быть связано с тем, что он является медийной личностью и градоначальником столицы Российской Федерации. Однако влияние политических деятелей в сознании граждан не означает, что респонденты в той же мере испытывают к ним доверие. В связи с чем респондентам представилась возможность назвать трёх политических лидеров, вызывающих у них доверие.

Политические лидеры, вызывающие доверие респондентов. На первом месте оказался по результатам опроса В. В. Путин (51,1%), на второе место по данному показателю вышел С. К. Шойгу (14,9%), и на третьем месте расположился С. В. Лавров (14,2%). Показательным моментом является то, что высокий процентный показатель влияния политиков не соответствует показателям доверия к ним. Даже у президента В. В. Путина показатели влияния и доверия к нему колоссально разнятся.

Тем не менее действующий Президент Российской Федерации В. В. Путин в представлении граждан является безоговорочным политическим лидером, чей образ в массовом сознании по большей мере является привлекательным. Респонденты также видят в нём активного политика, который может предвидеть политические угрозы и достойно на них отреагировать. Граждане охарактеризовали президента как сильную личность, из-за чего проявляют к нему доверие. Женщина в возрасте 43 лет заявила, что «В. В. Путин – волевой человек, за что его уважают лидеры других стран», что частично проецируется на Россию.

Образ народа Российской Федерации. Согласно теоретическим работкам С. Анхольта образ народа зачастую отображает репутацию страны через качество жизни и уровень образованности граждан [13, с. 189].

Подавляющее большинство респондентов (79,1%) свой народ воспринимают в позитивном ключе, наделяя его привлекательными характеристиками: добрая (широкая) душа, волевой характер, особый русский дух и т. д. В свою очередь, в негативном ключе свой народ воспринимают всего 5,8% респондентов, выделяя среди недостатков культурный упадок российского общества. Что касается параметра силы, 68,2% респондентов считают свой народ сильным, обращая внимание на подвиги отдельных исторических личностей: «А. Матросов, М. Кутузов, Н. Гастелло и т. д.». По большей мере ответы респондентов являются стереотипизированными и отличаются когнитивной простотой, что может быть связано с отсутствием чёткого представления о собственном народе.

Чтобы выявить **образ территории** России в представлении среднего поколения, респондентам был задан вопрос «Какими пределами для Вас ограничивается Россия?». Анализ полученных данных показал, что 96,1% опрошенных считают, что Россия ограничивается её законными границами.

Но некоторые респонденты склоняются к тому, что Курильские острова можно (нужно) отдать в аренду Японии за большие денежные средства, за счёт которых можно улучшить положение дел в социальной сфере страны.

Выводы: анализ компонентов образа своей страны на рациональном уровне свидетельствует о том, что политический образ России в массовом сознании респондентов стереотипизирован и является когнитивно бедным, что проявлялось в коротких и часто встречающихся заявлениях о том, чем для граждан является Россия и Российская политическая власть. Кроме этого, образ России в массовом сознании респондентов на рациональном уровне скорее привлекательный, нежели негативный. Привлекательные характеристики образа своей страны проявляются у респондентов в чувстве гордости за то, что Россия является страной с богатой историей и культурой. При этом на рациональном уровне в меньшей мере присутствовали негативные компоненты образа своей страны в сознании респондентов, которые проявлялись в негативном отношении к здравоохранению, культурному упадку граждан, любви к водке и т. д.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ОБРАЗ РОССИИ НА НЕОСОЗНАВАЕМОМ УРОВНЕ



Рис. 1 / Fig. 1. Внешнеполитический образ России (женщина, 36 лет, высшее образование, г. Москва) / Foreign policy image of Russia (woman, 36 years old, higher education, Moscow)

Неосознаваемые характеристики образа России выявлены при помощи анализа рисунков, который свидетельствует о том, что представители данной группы на неосознаваемом уровне воспринимают свою страну позитивно, испытывая к ней чувство любви, что можно увидеть на примере **рисунка 1**.

Чаще всего позитивное отношение к стране связано с её природой и событиями из прошлого. Негативные изображения возникают тогда, когда респонденты пытаются отобразить: «плохое состояние дорог», «коррупцию» и т. д.

Образ политической власти на неосознаваемом уровне практически совпадает с образом власти на рациональном уровне, где власть в большей степени воспринимается в негативном ключе. Анализ рисунков свидетельствует о том, что граждане недовольны властью из-за неэффективного управления, проблем в со-

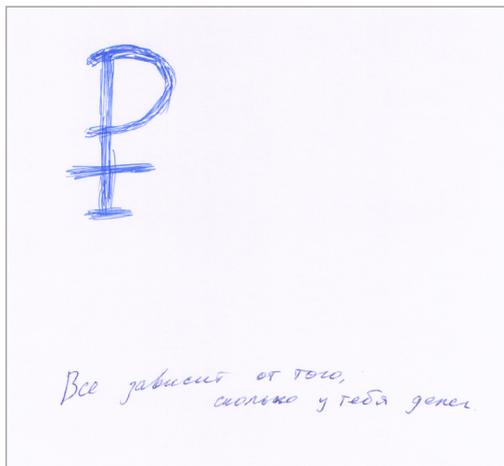


Рис. 2 / Fig. 2. Образ российской власти (Мужчина, 41 год, высшее образование, г. Брянск) / The image of the Russian government (Male, 41 years old, higher education, Bryansk)

циальной сфере и коррупции в стране, что видно на **рисунке 2**.

На неосознаваемом уровне образ власти намного активнее и сильнее, чем на рациональном уровне. При этом власть на неосознаваемом уровне представляется как более негативная. Из общего числа респондентов 57,2% граждан наделяют власть негативными характеристиками, приписывая ей отстранённость от народа и т. д. Всего 13,9% респондентов видят власть в позитивном ракурсе, тогда как на рациональном уровне образ власти в 15,3% случаев содержит положительные компоненты.

Образ политического лидера, в качестве которого выступает Президент Российской Федерации Владимир Путин, на неосознаваемом уровне является позитивным. Анализ рисунков свидетельствует о том, что В. В. Путин в 47% случаев выступает в качестве защитника Отечества, что расценивается в позитивном ключе, тогда как 16,3% всех изображений свидетельствуют о том, что президентом страны движет мотив достижения целей и что чаще всего он про является в погоне за финансами в своих интересах, что отражает негативные характеристики образа политического лидера на неосознаваемом уровне.

Анализ рисунков также позволяет утверждать, что Владимир Путин воспринимается как «свой» политик, отстаивающий интересы граждан России, чего не скажешь о других политиках. Например, В. В. Жириновский на неосознаваемом уровне в представлении 52,5% респондентов воспринимается «чужим» политическим деятелем, который не думает о благосостоянии России и её народа, в то время как В. В. Путин занимается проблемами внутри страны и отстаиванием её интересов на международной арене.

Образ своего народа в представлении российских граждан в возрастном диапазоне от 30 до 55 лет позитивный, но, если его сравнивать с образом народа на рациональном уровне, заметно значительное различие. На неосознаваемом уровне 68,3% респондентов оценивают народ с позитивных позиций, что на 10,8% меньше, чем на рациональном уровне.

Изображения на рисунках свидетельствуют о том, что образ народа привлекательный и активный, но при этом российский народ в представлении граждан выглядит слабым в 49% случаев.

Выводы: неосознаваемые компоненты рассматриваемого образа были выявлены при помощи рисуночного теста. Анализ полученных рисунков свидетельствует о том, что на неосознаваемом уровне образ России скорее привлекательный, чем негативный, поскольку на подавляющем большинстве рисунков изображения своей страны, своего народа представлены в позитивном ключе. В изображениях своей страны часто встречаются ресурсы России и территориальные особенности, которые свидетельствуют о величии Российской Федерации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе данной работы авторами сделан ряд выводов, как воспринимают свою страну граждане Российской Федерации среднего возраста, от 31 до 55 лет.

Отличительной чертой образа России в сознании среднего поколения является его когнитивная бедность. В то же время образ России в сознании молодёжи и старшего поколения представляется более содержательным и когнитивно сложным.

Политический образ России в сознании респондентов имеет незначительные различия на рациональном и неосознаваемом уровнях восприятия. Тем не менее политический образ России в представлении её граждан содержит в себе преимущественно позитивные характеристики, которые проявляются в любви к российской земле, к дому и Родине, в которой живут и воспитывают своих детей респонденты.

Позитивные характеристики образа России также проявляются в положительном отношении к президенту своей страны – В. В. Путину, который воспринимается гражданами как сильная личность, отстаивающая интересы Российской Федерации на мировой политической арене.

Особое место в политическом образе России занимает социальная сфера: здесь чаще возникают негативные впечатления, которые проецируются на текущую деятельность политической власти, отчасти на политического лидера страны В. В. Путина и на страну в целом.

На рациональном уровне восприятия образ политической власти Российской Федерации в сознании граждан более размытый, чем на неосознаваемом уровне восприятия. Образ власти на рациональном уровне также практически лишён субъектности, в то время как на неосознаваемом уровне в образе власти присутствует субъект, в качестве которого выступают политики. Из этого следует, что политический образ России имеет небольшие расхождения на рациональном и неосознаваемом уровнях восприятия.

Очевидно, что в сознании подавляющего большинства респондентов сложился привлекательный, сильный образ России, что является важным для политической жизни страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Джгамадзе К. Б., Рогозарь А. И. Влияние социально-демографических факторов на восприятие своей страны гражданами России // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2017. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 12.01.2020).
2. Джгамадзе К. Б. Теоретико-методологические особенности изучения образа страны в массовом сознании // Вестник Кемеровского государственного университета. 2018. № 3–3 (63). С. 40–44.
3. Евгеньева Т. В. «Свои» и «Чужие»: Образы зарубежных государств в контексте восприятия России ее гражданами // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2018. № 2. С. 57–75.
4. Замятин Д. Н. Политико-географические образы российского пространства // Вестник Евразии. 2003. № 4. С. 34–45.
5. Кецба В. И., Ласария А. О. Политико-психологическое восприятие страны гражданами Российской Федерации от 18 до 30 лет // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2020. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 20.01.2021).
6. Кецба В. И., Кецба Б. И. Политико-психологический образ современной России в массовом сознании старшего поколения от 56 лет // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2020. № 3. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 20.01.2021).
7. Леонтьев Д. А. От образа к имиджу. Психосоматический брэндинг // Реклама и жизнь. 2000. № 1 (13). С. 19–22.
8. Палитай И. С. Средства массовой коммуникации как фактор формирования образа страны // Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология. 2018. № 41. С. 150–158.
9. Политическая социализация российских граждан в период трансформации / под ред. Е. Б. Шестопаля. М.: Новый хронограф, 2008. 552 с.
10. Романович Н. А. Отношение к власти: тенденции и противоречия // Власть. 2016. № 3. С. 76–83.
11. Шестопаля Е. Б., Смутькина Н. В. Какой видят свою страну сегодня российские граждане? // Полития. 2018. № 2 (89). С. 51–68.
12. Шестопаля Е. Б., Смутькина Н. В., Морозова И. В. Сравнительный анализ образов своей страны у жителей российских регионов // Сравнительная политика. 2019. Т. 10. № 3. С. 74–94.
13. Anholt S. Brand New Justice: The upside of global branding. Oxford, 2003. 193 p.
14. Sigel R. S. New Directions for Political Socialization Research; Thought and Suggestions // Perspective on Political Science. 1995. Vol. 21. № 1. P. 18–21.

REFERENCES

1. Dzhgamadze K. B., Rogozar A. I. [The influence of socio-demographic factors on the perception of their country by Russian citizens]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2017, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 12.01.2020).

2. Dzhgamadze K. B. [Theoretical and methodological features of studying the image of the country in the mass consciousness]. In: *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Kemerovo State University], 2015, no. 3–3 (63), pp. 40–44.
3. Evgenieva T. V. [“Friend or Foe”: Images of foreign countries in the context of Russia’s perception by its citizens]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12: Politicheskie nauki* [Bulletin of Moscow University. Series 12: Political Sciences], 2018, no. 2, pp. 57–75.
4. Zamyatin D. N. [Political and geographical images of Russian space]. In: *Vestnik Evrazii* [Bulletin of Eurasia], 2003, no. 4, pp. 34–35.
5. Ketsba V. I., Lasaria A. O. Political and psychological perception of the country by citizens of the Russian Federation from 18 to 30 years old // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2020, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 20.01.2021).
6. Ketsba V. I., Ketsba B. I. [Political and psychological image of modern Russia in the mass consciousness of the older generation over 56]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2020, no. 3. Available at: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 20.01.2021).
7. Leontiev D. A. [From concept to image. Psychosomatic branding]. In: *Reklama i zhizn'* [Advertising and life], 2000, no. 1 (13), pp. 19–22.
8. Palytay I. S. [Means of mass communication as a factor for forming the image of the country in mass consciousness]. In: *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science], 2018, no. 41, pp. 150–158.
9. Shestopal E. B., ed. *Politicheskaya sotsializatsiya rossiiskikh grazhdan v period transformatsii* [Political Socialization of Russian Citizens during the Transformation]. Moscow, New Chronograph Publ., 2008. 552 p.
10. Romanovich N. A. [Attitude to Power: Trends and Contradictions]. In: *Vlast'* [The Authority], 2016, no. 3, pp. 76–83.
11. Shestopal E. B., Smulkina N. V. [How do Russian citizens see their country today?]. In: *Politiya* [Polity], 2018, no. 2 (89), pp. 51–68.
12. Shestopal E. B., Smulkina N. V., Morozova I. V. [Comparative analysis of one’s own country images in Russian regions]. In: *Sravnitel'naya politika* [Comparative politics], 2019, vol. 10, no. 3, pp. 74–94.
13. Anholt S. *Brand New Justice: The upside of global branding*. Oxford, 2003. 193 p.
14. Sigel R. S. New Directions for Political Socialization Research; Thought and Suggestions. In: *Perspective on Political Science*, 1995, vol. 21, no. 1, pp. 18–21.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 20.01.2021

Статья размещена на сайте: 21.05.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Кецба Валерий Игоревич – аспирант кафедры социологии и психологии политики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова, e-mail: ketsba17061994@mail.ru

Кецба Бата Игоревич – кандидат юридических наук, старший научный сотрудник отдела исследования проблем в теории и практике таможенного контроля, товарной номенклатуры, экспертизы и торговых ограничений научно-исследовательского института Российской таможенной академии; e-mail: ketsba94@mail.ru

Valery I. Ketsba – Postgraduate Student, Department of Sociology and Psychology of Politics, Lomonosov Moscow State University, e-mail: ketsba17061994@mail.ru

Bata I. Ketsba – Cand. Sci. (Law), Senior Researcher, Department of Research of Problems in Theory and Practice of Customs Control, Commodity Nomenclature, Expertise and Trade Restrictions, Research Institute, Russian Customs Academy; e-mail: ketsba94@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Кецба В. И., Кецба Б. И. Политико-психологический образ России в массовом сознании граждан среднего возраста // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru.

Ketsba V. I., Ketsba B. I. Political and psychological image of Russia in mass consciousness of middle age groups. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru.

УДК 32.019.5

Кротков В. О.*Государственный академический университет гуманитарных наук
119049, г. Москва, Мароновский переулок, д. 26, Российская Федерация*

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОТЕСТА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

АННОТАЦИЯ

Цель. Выявление детерминант, обуславливающих политический протест, а также рассмотрение российской политической практики, связанной с политическим манифестированием, на основе предложенной методологии.

Процедура и методы. В статье анализируются различные методологические подходы, концептуализирующие политический протест. В частности, раскрыты атрибутивные качества теорий относительной депривации, коммуникативного поведения и мобилизации ресурсов, а также коммуникативного концепта. Помимо этого, в анализе сделан акцент на современном политическом акционизме, который неразрывно связан с виртуализацией и сетевизацией общественных практик. Соответственно, затронуты аспекты, раскрывающие постмодернистскую специфику политического протеста.

Результаты. Раскрыты основные методологические подходы, интерпретирующие феномен политического протеста в увязке с режимной консолидацией. На примере российского кейса, характеризующегося протестным манифестированием, проанализированы его особенности на основе релевантной методологии. Сделан базовый вывод о том, что отечественные протестные практики современности детерминированы и развиваются по императивам и в русле комплекса научных подходов.

Теоретическая и/или практическая значимость. Результаты в большей степени носят практический характер, так как объясняют мотивы и логику развития современного политического протеста в России. Политическая элита может переосмыслить политическую конъюнктуру и принять комплекс мер, направленных не столько на демпфирование протеста, сколько на создание социально-экономических условий для развития общественных страт (особенно молодёжи) и канализацию политической энергии в конвенциональное русло.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

политический протест, научные методы, постмодерн, политический режим, акционизм

СТРУКТУРА

[Введение](#)[Методологический инструментарий](#)[Дефиниции политического протеста](#)[Эмпирические основания](#)[Практика российского политического протеста](#)[Заключение](#)

V. Krotkov

*State Academic University for the Humanities
26 Maronovskii pereulok, Moscow 119049, Russian Federation*

CONCEPTUALIZATION OF POLITICAL PROTEST: THEORETICAL FOUNDATIONS AND RUSSIAN PRACTICE

ABSTRACT

Aim. Identification of the determinants that define political protest, as well as consideration of Russian political practice related to political manifestation based on the proposed methodology.

Methodology. The article analyzes various methodological approaches that conceptualize political protest. In particular, the attributive qualities of the theories of relative deprivation, communicative behavior and resource mobilization, as well as the communicative concept are revealed. In addition, the analysis focuses on modern political actionism, which is inextricably linked with the virtualization and networking of public practices. Accordingly, the aspects that reveal the postmodern specifics of political protest are touched upon.

Results. The main methodological approaches that interpret the phenomenon of political protest in connection with regime consolidation are defined. In the example of the Russian case, characterized by protest manifestation, its features are analyzed on the basis of the relevant methodology. The basic conclusion is that the present-day domestic protest practices are determined and developed according to imperatives and in line with a set of scientific approaches.

Research implications. The results are mostly practical in nature, as they explain the motives and logic of the contemporary political protest development in Russia. The political elite can reconsider the political situation and take a set of measures aimed not so much at damping the protest, but at creating socio-economic conditions for the development of social strata (especially young people) and channeling political energy into a conventional channel.

KEYWORDS

political protest, scientific methods, postmodern, political regime, actionism

ВВЕДЕНИЕ

С развитием политической сферы общества происходят различные метаморфозы, которые так или иначе связаны с функционированием институтов, канализированием процессов, видоизменением технологий и, конечно, участием субъектов в определённой форме и с конкретным целеполаганием, которое, как правило, фокусируется на властном доминировании и ресурсе. Целью данной статьи является выявление основных детерминант, влияющих на радикальные формы политической борьбы (концептуализация политического протеста), а также, в качестве примера, самих характеристик протестных действий в современных российских условиях.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

В качестве теоретико-методологической основы анализа следует выделить подходы, концепты, теории как отечественных (О. С. Пустошинская,

Д. Д. Челпанова, С. М. Хенкин, Е. В. Бродовская, А. В. Семенов, Д. В. Руденкин, В. В. Костюшев, В. В. Горьковенко, П. Г. Крикунов, С. Н. Шкель, Е. И. Репина, Г. И. Вайнштейн), так и зарубежных (Т-Ю. Ханг, Т. М. Клейнер, С. Волк, К. Моссбергер, С. Толберт, Р. С. Макнил, С. А. Пауэр) исследователей, занимающихся данной проблематикой. В качестве эмпирической базы выступают социологические опросы, отражающие настроения и политические мотивы тех или иных социальных групп и акторов.

Рефлексируя в теоретическом ключе следует отметить, что в целом тематика неконвенционального политического позиционирования рассматривалась не только политологами и социологами, то есть в сциентистском ключе, но и различными публицистами, которые описывали политические баталии, яркие революционные события, акцентировали внимание на эксплицитных формах политического действия в те или иные периоды истории. Соответственно, в обыденном сознании социальных страт в качестве паттерна зафиксирован образ политики, в том числе через призму активных форм политического участия. В то же время, методологической базой исследований протестных практик можно считать «поля политики» на основе теории «социального пространства», интерпретированные П. Бурдьё¹. Капиталы субъектов политического поля взаимодействуют, что приводит к политическим конфликтам.

В рассматриваемом ключе следует проанализировать различные теоретико-методологические подходы, интерпретирующие каузальные характеристики политического протеста как устоявшейся категории политической науки.

Одним из подходов является теория относительной депривации, которая акцентирует внимание на иррациональном политическом активизме вследствие рассогласованности целеполагания и имеющихся фактических возможностей доступа к ресурсам для многих слоёв населения, что характерно для большей части недемократических политических режимов. В рамках этой методологии узурпация власти, деинституционализация, антиобщественный характер политики, отсутствие социальных лифтов детерминируют эмоциональную ущемлённость, бесперспективность и недовольство «снизу».

В зависимости от политической конъюнктуры и имеющегося социального статуса, определённые акторы используют в качестве методов политической борьбы протестные акции для яркой демонстрации своих целей, в определённой степени подчёркивая антагонистический характер сложившихся общественно-политических отношений. С точки зрения основного фактора политической конфликтности, как считает О. С. Пустошинская, «лежит как разделение труда, дифференцированность ролей, иерархия ста-

¹ Бурдьё П. Социология политики : пер. с фр. / сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. М.: Socio-Logos, 1993. 336 с.

тусов и вытекающее из этого неравенство доступа к различным ресурсам и благам, так и институционализация норм, легитимирующих образовавшуюся асимметрию» [7, с. 83]. Надо отметить, что анализируемая теория относительной депривации мало уделяет внимание рациональным детерминантам, делая акцент, именно, на социально-политическом эмоциональном фоне.

Также следует затронуть коммуникативную теорию, покоящуюся на феномене социально-политической коммуникации как естественной функции политического процесса. Порождённая этим явлением политическая активность часто связана как раз с конкурентной политической системой, в рамках которой те или иные акторы (институты широкого гражданского общества) систематически артикулируют свои интересы в адрес любой (правой, левой) политической элиты с целеполаганием не на смену системы, а на корректировку политического курса, реформирование сложившегося политического порядка и имманентных ему дисфункций [12]. В данном контексте важно обратиться к международному опыту. В частности, в Испании новые социальные движения во многом вытеснили традиционные партии и профсоюзы с точки зрения эффективной среднесрочной политики, основанной на неэлекторальных формах выражения протеста. В своем анализе С. М. Хенкин отмечает, что «движения массового протеста способны влиять на решение текущих проблем и добиваться позитивных результатов. Но разрешить среднесрочные, а тем более долгосрочные проблемы они не в состоянии. Для этого необходимо войти в институты, где принимаются решения, определяющие жизнь миллионов людей. А это движение можно сделать, только трансформировавшись в политическую партию, которая способна преобразовать массовые требования в эффективную политику» [10, с. 80]. И далее: «Люди входят в мир политики и выходят из него, руководствуясь текущими повседневными интересами или подчиняясь требованиям гражданской этики. В жизни отдельного человека чередование периодов политической активности и пассивности превращается в норму» [10, с. 80].

Нельзя не упомянуть классическую теорию коллективного поведения, которая акцентирует внимание на иррациональных всплесках в радикальном политическом участии, обусловленном крайне тяжёлым социальным положением, связанным с безысходностью. В определённой степени к такого рода общественно-политическому акционизму можно причислить «цветные революции» современности в бедных странах Востока. По форме их вектор направленности сопровождался эмоциональными, бунтарскими событийными рядами, обнажающими полную бесперспективность сложившегося социального порядка. Но сложно не согласиться с А. В. Матюхиным, который, со ссылкой на Р. С. Осина, подчёркивает, что «цветные революции», собственно, «революциями в научном смысле не являются, а представляют государственные перевороты, меняющие только первых лиц, но не меняющие социально-экономическую и политическую системы» [6, с. 88].

В рамках основных теоретико-методологических подходов следует привести концепцию мобилизации ресурсов, базирующуюся на целенаправленной рефлексии субъектов политического поля. В отличие от предыдущих теорий, данная акцентирует внимание на рациональном политическом поведении. Анализируемый подход, в определённой степени, коррелирует с марксистской интерпретацией глобального политического процесса (смена общественно-экономических формаций). Роль рационального политического актора, который целенаправленно выстраивает стратегию и тактику политической борьбы для свержения несправедливого строя, имманентна, в том числе, леворадикальной традиции.

В исследуемом контексте можно привести иной теоретико-методологический подход, связанный с проблематикой социального протеста, который предложил В. В. Костюшев. С его точки зрения можно выделить «триаду протеста», которая структурно выражается «верифицируемыми категориями:

1) «потенциал протеста» (состояние и практика эмоционального и морального недовольства: эмотивная компонента);

2) «дискурс протеста» (состояние и практика интеллектуального и идеологического несогласия: когнитивная компонента);

3) «репертуар протеста» (состояние и практика коллективного действия: конативная компонента)» [5, с. 147–148]. Верифицируемость компонентов, операционализация процессов и полученных данных всегда представляется крайне важным для политической науки.

ДЕФИНИЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОТЕСТА

Достаточно широкую и системную дефиницию на базе множества факторов и теорий, в том числе с учётом подхода В. В. Костюшева, понятию «политический протест» даёт О. С. Пустошинская: «Это детерминированное несовпадение жизненно важных интересов и невозможность эгалитарного удовлетворения витальных и высших потребностей, отклонение или преступление официально императивированного и фактически сложившегося в данном социуме политического стандарта в масштабе от инакомыслия, оправданных общественным мнением девиаций до революций, предполагающее негативную оценку, противительное отношение и сопротивление применительно к данному стандарту на индивидуальном, групповом или массовом уровне, что проявляется в соответствующих настроениях, образующих потенциал протеста, пассивных формах отрицания и несогласия с системой правления, отдельными её элементами, функциями, взаимосвязями, институтами, ролями, субъектами, адекватностью осуществления ими полномочий и принятия решений, а также в действиях профессиональных политиков, институционализированных и самоорганизованных коллективных акторов, индивидов и общества в целом, которые могут иметь рефлексивно-оборонительный характер или осуществляться в рамках насту-

пательной стратегии с целью расширения пространства публичной сферы и пересмотра механизмов распределения общественных благ и опираться на массовую или гражданскую базу, инициироваться элитными группами или возникать самостоятельно и развиваться снизу, протекать организованно или стихийно, открыто или латентно, локально или широкоформатно, мирно или с применением насилия и включать бесконечный арсенал форм и технологий проявления от традиционных до инновационных, конвенциональных, предполагающих корректировку правительственного курса, до антиконституционных, направленных на изменение государственного строя» [7, с. 83].

Иное, более обобщённое определение политического протеста сформулировал Д. В. Руденкин. Это «совокупность рациональных и иррациональных действий, совершаемых людьми для публичного выражения своего недовольства ситуацией или изменения этой ситуации» [8, с. 350]. Упомянутые определения отражают различные аспекты политического протеста, который имеет как рациональные, так и иррациональные детерминанты, а также структурные и процедурные компоненты.

ЭМПИРИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ

Транзит от модерна к постмодерну, в том числе в России, приводит к тому, что современное социальное пространство во многом носит виртуальный и сетевой характер. В научный оборот входит категория «цифровой гражданин» (digital citizen), то есть процесс социализации поколения Z во многом детерминирован цифрой. Цифровая эпоха, которая стремительно развивается, продуцирует новые практики, механизмы, опции, каналы социальной коммуникации, и в том числе политическое самовыражение. Все эти аспекты, как правило, носят увлекательный и персонализированный характер. Конечно, нельзя утверждать, что все «цифровые граждане» характеризуются политическим активизмом, но те группы, которые имеют аксиологическую основу, часто выражают претензии в адрес власти. С точки зрения протестной ангажированности, исследователи Е. В. Бродовская и Т. Хуанг в 2019 г. провели кластеризацию массива социального опроса и «выделили четыре типа носителей разного уровня протестного потенциала в среде российской молодежи: «зрители» – 50,8%, «вовлечённые» – 37%, «активисты» – 7%, «лидеры» – 5,1%»² [2, с. 12].

В то же время необходимо обратить внимание на то, что политико-экзистенциальные характеристики современной российской молодежи также достаточно явно начинают проявляться не только в онлайн, но и офлайн режиме (рис. 1).

² Январские протесты [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/2021/02/10/yanvarskie-protesty/> (дата обращения: 01.03.2021).

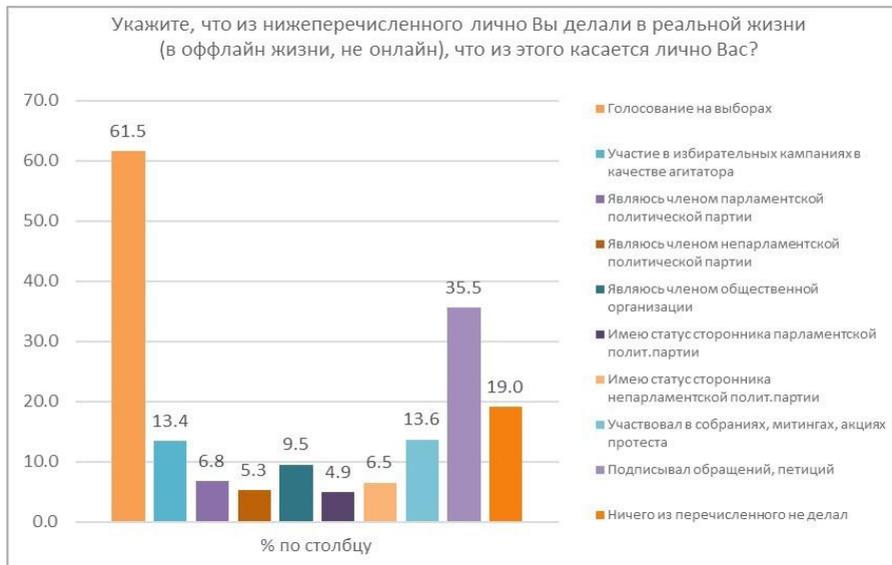


Рис. 1 / Fig. 1. Гражданские и политические практики российской молодежи в офлайн-среде (2019 г.) / Civil and Political Practices of Russian youth in the offline environment (2019)

Источник: [2, с. 12; 11].

Помимо этого, региональные опросы (для изучения базисных установок использовался опросник Р. Янова-Бульмана), как отмечает М. А. Кленова в своём исследовании³, в котором приняли участие 117 человек, молодёжь в возрасте от 18 до 24 лет – студенты государственных вузов г. Саратова, показывают, что «в структуре политических ценностей молодёжи наблюдается определённый диссонанс, связанный как с высокой оценкой независимости и автономии, так и с высоким уровнем патернализма и выражения стремления к управляемости и подконтрольности» [4]. Следует подчеркнуть, что политические ценности студенческой молодёжи субъекта федерации анализировались по осям «патернализм – автономия», «иерархия – равенство», «демократия – авторитаризм».

В свою очередь, полученные данные среди молодой по возрасту группы среднестатистического региона, в части установок на этатизм и патернализм, коррелируют с выводами, которые сделали исследователи В. Г. Егоров и А. В. Абрамов на основе анализа политической культуры и аксиологии. Они подчёркивают, что в целом «россияне являются приверженцами самой идеи

³ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках проекта № 20-011-31558 олн «Политическая культура студенческой молодёжи российских регионов: методы диагностики и технологии формирования в свете реализации государственной молодежной политики».

государственного порядка как такового, но их решительно не устраивает та форма, в которую этот порядок облекается» [3, с. 131].

Современные методологические подходы, в отличие от классических, опираются на анализ связей, отношений, тенденций в рамках виртуального пространства, в котором «живёт» большая часть российской молодёжи, особенно крупных агломераций. Так, Д. К. Стукал и коллеги активно занимаются современными методами наук о данных в их применении к изучению политической мобилизации с помощью социальных сетей. В этом плане можно выделить два крупных класса методов: обучение с учителем (supervised learning) и обучение без учителя (unsupervised learning). В частности, они отмечают, что «для анализа протестной активности с помощью данных из социальных сетей широко используется сетевой анализ (social network analysis), который направлен на выявление структуры связей между участниками протестных движений (в том числе и в сравнении с тем, кто не участвует в них). Данные из социальных сетей действительно предоставляют возможности для применения именно методов сетевого анализа, так как в них содержится информация об отношениях между людьми, которую можно представить в виде сетевого графа с набором признаков, описывающих как вершины, так и ребра» [9, с. 63]. Общие тенденции, имманентные современной социально-политической реальности и характеризующиеся амбивалентностью, выделяет Г. А. Явлинский: «Характерная для современного периода “сетевизация” общества, сопровождаемая широким распределением механизмов влияния и, соответственно, снижением индивидуальной ответственности, имеет двоякие последствия. С одной стороны, традиционные лидеры, претендовавшие на ведущие роли в вертикально организованном обществе, утрачивают возможности в прежних объёмах влиять на общественные настроения и политические решения. С другой стороны, на роль лидеров (часто стихийных или “народных”) выдвигаются совершенно случайные люди, неожиданно оказавшиеся в узловых точках различных сетевых взаимодействий. В результате в политических системах резко увеличивается количество случайных результатов, не связанных с реальным соотношением интересов общественно значимых групп» [11]. В анализируемом контексте к важному выводу, в рамках своего исследования с применением агентной методологии, приходит А. С. Ахременко со своими коллегами, который касается горизонтальной самоорганизации индивидов посредством социальных медиа, в условиях информационного противоборства с официальными средствами массовой информации: «Агенты-граждане получают информационные сигналы от своих соседей и, по достижении определённых порогов (по которым они гетерогенны), ретранслируют его обратно окружающим. Дизайн модели устроен таким образом, что при определённых условиях в системе возникают глобальные корреляции: самопроизвольная синхронизация активаций отдельных пользователей» [1,

с. 21]. Данные эффекты приводят к эмерджентным последствиям – новым качествам политической системы (функциям входа, выхода и обратной связи), которые детерминированы персонифицированными коммуникациями в социальных сетях. В данном контексте стоит упомянуть модель эффективности репрессий Д. Зигеля, согласно которой политическое участие индивида обусловлено обобщённой внутренней мотивацией и внешними мотивами, которые связаны с локальным уровнем протестной активности. Другими словами, возникают новые цифровые формы социальной взаимообусловленности, которые в процессе агрегирования интересов приводят преимущественно молодое и среднее поколение к политическому манифестированию, артикуляции своих требований.

Касаясь мотивационной составляющей современных российских протестов, следует проанализировать результаты опроса (рис. 2), который проводился 29 января – 2 февраля 2021 г. по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения объёмом 1616 человек в возрасте от 18 лет и старше в 137 населённых пунктах, 50 субъектах РФ. Исследование осуществлялось на дому у респондента методом личного интервью.

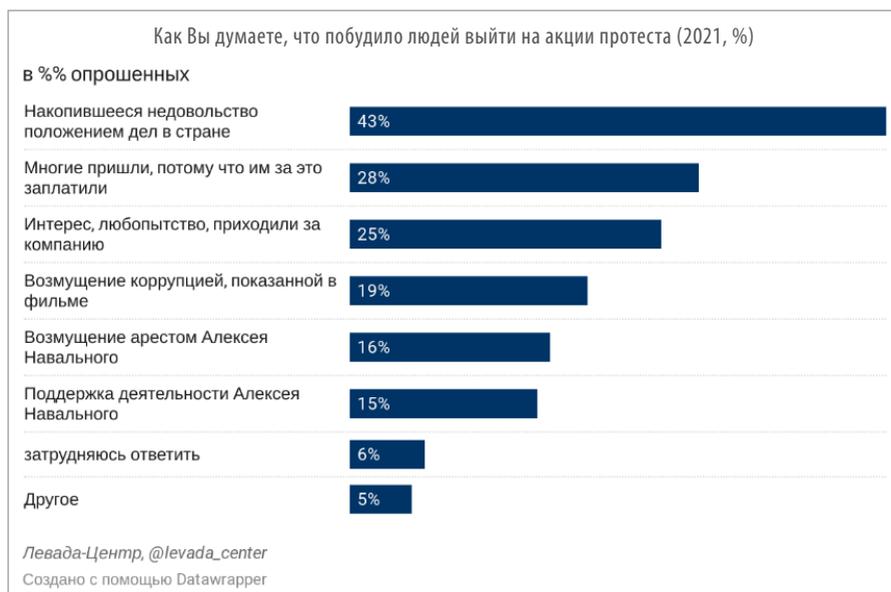


Рис. 2 / Fig. 2. Январские протесты / January protests

Источник: *Январские протесты [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/2021/02/10/yanvarskie-protesty/> (дата обращения: 01.03.2021).*

Результаты репрезентативного социологического опроса показывают, что большая часть респондентов в качестве основных причин протестной

волны видит в накопившихся противоречиях внутри социального пространства, дисфункции политической системы (усиление неформальных институтов) и борьбе лидера несистемной оппозиции.

ПРАКТИКА РОССИЙСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОТЕСТА

Рассматривая аспекты, связанные с анатомией, географией и технологиями российского политического протеста 2021 г. можно отметить следующие моменты:

1. Политический протест опирался преимущественно на молодое поколение (до 70% участников моложе 35 лет), о чём постоянно говорила власть, тем самым пытаясь демпфировать манифестирование. В результате в большей степени получилась политическая реклама акций, то есть обратный эффект. Старшее поколение практически не проявило себя, что указывает в целом на его лоялистское политическое поведение.

2. Средством мобилизации масс преимущественно выступали не политические институты (политические партии, движения), а горизонтальные социальные сети и неофициальные СМИ, в которых и с которыми непосредственно связано поколение Z, а не X. Этот инструментарий позволил достаточно быстро и транспарентно распространять информацию об акциях по всему миру.

3. В результате география протеста затронула более 100 российских городов и населённых пунктов, а также локации за пределами России (преимущественно на Западе).

4. По характеру протестных действий можно говорить об их радикальной, неконвенциональной основе, что привело к негативной реакции на события со стороны системной политической оппозиции. Короткий период политической турбулентности детерминировал поляризацию политического пространства, в котором, с одной стороны, лидеры парламентских партий солидаризировались с высшей политической элитой, тем самым, девальвируя свой статус даже у умеренных оппозиционных субъектов, а с другой – начали конституироваться новые несистемные политические акторы (движение «Перемен», движение «Республика» в Башкортостане), претендующие на роль триггеров для мобилизации активной части общества.

Следует отметить, что градус радикализации возрос по сравнению с массовыми выступлениями в Москве в 2011–2012 гг. В то же время протест по своей телеологичности начал носить более персонифицированный характер. Он в меньшей степени, чем раньше, апеллировал к плебисцитарным механизмам, конституционным регламентациям и т. д. Именно в таких условиях происходит политическая социализация части современной молодёжи, особенно крупных городов.

Затрагивая действия и контрдействия политической власти в сложившейся политической конъюнктуре, нельзя не отметить тот факт, что они, с

одной стороны, демонстрировали единый фронт (особенно силовой блок) по нейтрализации протестов, с другой – наметилась некая латентная фрагментация, что выразилось в слабом публичном осуждении репертуара протеста со стороны многих региональных и, в том числе, московских властей, что, в частности, объясняется непростой электоральной ситуацией в столице, особенно после последних выборов в городскую легислатуру.

Противоборствующие силы достаточно активно апеллировали к роли внешних сил, то есть к коллективному Западу. Основная задача политической элиты заключалась в дискредитации несистемной оппозиции с акцентом на то, что она действует за деньги и по указке внешних акторов. Многочисленные лидеры оппозиционной фронды активно призывали западные державы к усилению давления на политический истеблишмент страны с целью персональными санкциями дестабилизировать социально-политическую ситуацию и в итоге привести к расколу политического класса. С высокой долей вероятности можно предположить, что 2021 г. будет достаточно ярким на политические события, так как впереди электоральный цикл, который обостряет противоречия и, вероятно, приведёт к эскалации политических отношений в неконвенциональном формате. Говоря о ближайших перспективах протестных акций, Я. Ключе также связывает российские электоральные процедуры с акционизмом общества и в итоге заключает, что «с думскими выборами осени 2021 г. перед Кремлём будет стоять новый важный вызов» [13].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках поставленной цели были рассмотрены различные методологические подходы в интерпретации протестного потенциала, а также был сделан акцент на современном состоянии общества (транзит от модерна к постмодерну), которое характеризуется новой структурой (раскол по оси поколений, расширение прекариата), политической социализацией, детерминированной коммуникативными технологиями, и соответствующими запросами в адрес политической элиты.

Концептуализируя современный российский политический протест, следует отметить следующее: он был детерминирован различными факторами как экзогенного, так и эндогенного свойства, а также может быть интерпретирован в русле всех вышеупомянутых концепций. Так в русле теории политической депривации можно говорить о наличии в России множества социальных страт (особенно в регионах), которые в условиях авторитарной консолидации имеют крайне низкие шансы на реализацию своего личностного и профессионального потенциала, что не может не вызывать протестные настроения у самой активной части социума. Рефлексия в контексте теории коллективного поведения может вывести на основания для современного политического протеста, так как эмоциональная реакция как форма самовыражения политического бытия коллективного действия так или ина-

че имеет своё практическое воплощение, особенно в слоях активной, максималистской, ищущей себя молодёжи. Своё методологическое место находит и коммуникативная теория, в рамках которой отражается функционирование отечественной политической системы, в том числе в формате нерегулярного, во многом стохастического политического протеста. И, наконец, дополняет и обогащает предложенный исследовательский фрейм теория мобилизации ресурсов, в русле которой можно достаточно чётко идентифицировать рациональное целеполагание политического активизма. Сложно опровергнуть тезис о том, что в России есть политические акторы, которые эксплицитно борются за власть, делая ставку на конфронтацию и мобилизацию определённых социальных слоёв. Они в итоге и олицетворяют феномен политического протеста в эпоху сетевизации, горизонтальной коммуникации, феминизации, виртуализации социально-политического пространства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахременко А. С., Петров А. П., Жеглов С. А. Как информационно-коммуникационные технологии меняют тренды в моделировании политических процессов: к агентному подходу // Политическая наука. 2021. № 1. С. 12–45.
2. Бродовская Е. В., Хуанг Т. Цифровое поколение: гражданская мобилизация и политический протест российской молодёжи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 5(153). С. 3–18.
3. Егоров В. Г., Абрамов А. В. Аксиологический контекст политической модернизации России // Вестник российской нации. 2014. № 5(37). С. 118–133.
4. Кленова М. А. Политические ценности и базисные установки в структуре политической культуры молодёжи (на примере Саратовской области) [Электронный ресурс] // Полилог/Polylogos. 2020. Т. 4. № 4(14). URL: <https://polylog.jes.su/s258770110013200-2-1/> (дата обращения: 06.03.2021).
5. Костюшев В. В. Социальный протест в поле политики: потенциал, репертуар, дискурс (опыт теоретической интерпретации и эмпирической верификации) // Полис. Политические исследования. 2011. № 4. С. 144–157.
6. Матюхин А. В. Левые взгляды на либеральные протесты в России (Рецензия на монографию Р.С. Осина «Левые силы и стихийный протест: история, уроки, современность, перспективы») // Журнал политических исследований. 2020. Т. 4. № 4. С. 85–91.
7. Пустошинская О. С. Политический протест как концепт: проблема дефиниции // Альманах современной науки и образования. 2010. № 1-2. С. 83–87.
8. Руденкин Д. В. Политический протест как объект анализа социально-гуманитарной науки: основные концептуальные подходы // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. № 9. С. 345–354.
9. Стукал Д. К., Беленков В. Е., Филиппов И. Б. Методы наук о данных в политических исследованиях: анализ протестной активности в социальных сетях // Политическая наука. 2021. № 1. С. 46–75.
10. Хенкин С. М. Испания: современные тенденции массового протеста // Мировая экономика и международные отношения. 2020. Т. 64. № 9. С. 73–82.

11. Явлинский Г. А. О политических системах новой эпохи : Политическая энтропия (цифровые технологии и глобализация беспорядка) [Электронный ресурс] // ГРИГОРИЙ ЯВЛИНСКИЙ : Политик, экономист : [сайт]. URL: <https://www.yavlinsky.ru/article/o-politicheskikh-sistemah-novoj-epohi/> (дата обращения: 13.03.2021).
12. Habermas J. The theory of Communicative Action : in 2 vol. Vol. 2 : Lifeworld and System: The Critique of Functionalist Reason. Boston: Beacon Press, 1985. 457 p.
13. Kluge J. Putin und die Proteste in Russland: Die Zeit des Taktierens ist vorbei [Электронный ресурс] // Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP). URL: <https://www.swp-berlin.org/publikation/putin-und-die-proteste-in-russland-die-zeit-des-taktierens-ist-vorbei/> (дата обращения: 15.03.2021).

REFERENCES

1. Akhremenko A. S., Petrov A. P., Shcheglov S. A. [How information and communication technologies change trends in the modeling of political processes: an agent approach]. In: *Politicheskaya nauka* [Political science], 2021, no. 1, pp. 12–45.
2. Brodovskaya E. V., Huang T. [Digital generation: civil mobilization and political protest of Russian youth]. In: *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskije i sotsialnye peremeny* [Monitoring of public opinion: economic and social changes], 2019, no. 5, pp. 3–18.
3. Egorov V. G., Abramov A.V. [The axiological context of Russia's political modernization]. In: *Vestnik rossijskoj natsii* [Bulletin of the Russian Nation], 2014, no. 5, pp. 118–133.
4. Klenova M. A. [Political values and basic attitudes in the structure of political culture of youth (the case of the Saratov region)]. In: *Политология/Polylogos*, 2020, vol. 4, no. 4(14). Available at: <https://polylog.jes.su/s258770110013200-2-1/> (accessed: 06.03.2021).
5. Kostiushev V. V. [Social protest in the field of politics: potential, repertoire, discourse (theoretical interpretation and empirical verification)]. In: *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political studies], 2011, no. 4, pp. 144–157.
6. Matyukhin A. V. [Left views on liberal protests in Russia: Review of the Osin's monograph "Left forces and spontaneous protest: history, lessons, modernity, prospects"]. In: *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Political Research], 2020, vol. 4, no. 4, pp. 85–91.
7. Pustoshinskaya O. S. [Political protest as a concept: the problem of definition]. In: *Almanah sovremennoy nauki i obrazovaniya* [Almanac of Modern Science and Education], 2010. no. 1-2, pp. 83–87.
8. Rudenkin D. V. [Political protest in the focus of social and humanitarian science: basic conceptual approaches]. In: *Byulleten nauki i praktiki* [Bulletin of Science and Practice], 2019, vol. 5, no. 9, pp. 345–354.
9. Stukal D. K., Belenkov V. E., Filippov I. B. [Data science methods in political science research: analyzing protest activity in social media]. In: *Politicheskaya nauka* [Political science], 2021, no. 1, pp. 46–75.
10. Henkin S. M. [Spain: modern trends of mass protest]. In: *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya* [World Economy and International Relations], 2020, vol. 64, no. 9, pp. 73–82.

11. Yavlinsky G. A. [On the political systems of the new age / Political Entropy (digital technologies and the globalization of disorder)]. In: *GRIGORII YAVLINSKII: Politik, ekonomist* [GRIGORY YAVLINSKY: Politician, economist]. Available at: <https://www.yavlinsky.ru/article/o-politicheskikh-sistem-novoj-epokhi/> (accessed: 13.03.2021).

12. Habermas J. The theory of Communicative Action: in 2 vol. Vol. 2: Lifeworld and System: The Critique of Functionalist Reason. Boston, Beacon Press, 1985. 457 p.

13. Kluge J. Putin und die Proteste in Russland: Die Zeit des Taktierens ist vorbei. In: Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP). Available at: <https://www.swp-berlin.org/publikation/putin-und-die-proteste-in-russland-die-zeit-des-taktierens-ist-vorbei/> (accessed: 15.03.2021).

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 04.04.2021

Статья размещена на сайте: 08.06.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Кротков Владимир Олегович – доктор политических наук, профессор кафедры прикладной политологии Государственного академического университета гуманитарных наук; e-mail: vladimir.dussel@gmail.com

Vladimir O. Krotkov – Dr. Sci. (Political Sciences), Prof., Department of Applied Political Science, State Academic University for the Humanities; e-mail: vladimir.dussel@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Кротков В. О. Концептуализация политического протеста: теоретические основания и российская практика // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru.

Krotkov V. O. Conceptualization of political protest: theoretical foundations and Russian practice. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru.

УДК: 316.48

Ланда К. Г.

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
125319, г. Москва, ул. Черняховского, д. 9, стр. 1, Российская Федерация*

Курбанова А. М.

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
119234, г. Москва, ГСП-1, Ломоносовский пр-т, д. 27, корп. 4, Российская Федерация*

РОЛЬ ДАГЕСТАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ТРАНСФОРМАЦИИ РЕЛИГИОЗНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНФЛИКТА

АННОТАЦИЯ

Цель. Анализ социально-политических и религиозных аспектов трансформации конфликта в Дагестане после 1999 г. и реакции дагестанского общества на него.

Процедура и методы. Для изучения особенностей трансформации конфликта использованы историко-сравнительный метод, социологический подход и предметный анализ материалов местных средств массовой информации.

Результаты. Сделан вывод, что для преодоления текущей конфликтной ситуации в республике необходим соизмеримый ответ, идущий из самых глубин общественного сознания и исторической памяти дагестанских народов, породить который не в силах чиновничий аппарат. Итоги исследования показывают, что подготовить подобный ответ на вызовы, исходящие из радикального лагеря, должно и способно только само дагестанское общество.

Теоретическая и практическая значимость заключается в том, что детальный анализ причин зарождения религиозно-политического конфликта, поведения и мотивов акторов помогает лучше понимать его суть. Результаты исследования демонстрируют необходимость большей консолидации дагестанского общества для разрешения конфликта, последствия которого проявляются до сих пор в виде столкновения множества интересов и угрозы экстремизма.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

религиозный конфликт, политический конфликт, Республика Дагестан, гражданское общество, этнические группы, экстремизм

СТРУКТУРА

[Введение](#)

[Социально-политические факторы конфликта в Дагестане](#)

[Мобилизация и демобилизация дагестанского общества](#)

[Теоретико-социологический анализ конфликта](#)

[Заключение](#)

K. Landa

*The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
9, str. 1 ul. Chernyahovskogo, Moscow 125319, Russian Federation*

A. Kurbanova

*Lomonosov Moscow State University
27 corp. 4, Lomonosovsky prospekt, Moscow 119234, Russian Federation*

THE ROLE OF DAGESTAN IN TRANSFORMATIONS OF THE RELIGIOUS AND POLITICAL CONFLICT

ABSTRACT

Aim. To analyze socio-political and religious aspects of transformation of the conflict in Dagestan after 1999 and the reaction of the Dagestani population to it.

Methodology. In order to examine the peculiarities of the conflict transformation the author uses historical comparative method, sociological approach, and subject analysis of local mass media materials.

Results demonstrate the necessity of wider consolidation of the Dagestani society for resolving the conflict, the consequences of which are still seen nowadays in a form of the clash of numerous interests and the extremism threat.

Research implications It is concluded that in order to overcome the current conflict situation in the republic, a commensurate response is needed, coming from the very depths of public consciousness and the historical memory of the Dagestan peoples, which the bureaucratic apparatus is not capable of generating. The results of the study show that only the Dagestani society itself should and is capable of preparing such a response to the challenges emanating from the radical camp.

KEYWORDS

religious conflict, political conflict, Republic of Dagestan, civil society, ethnic groups, extremism

ВВЕДЕНИЕ

Эскалация религиозно-политического конфликта в Дагестане в последнее десятилетие XX и первое десятилетие XXI вв. перешла от классических форм локального противостояния к разрушительным сценариям вооружённых столкновений, крупномасштабным боевым действиям, совершению терактов против гражданского населения с использованием смертников и вовлечению молодёжи в экстремистские группы. События лета и осени 1999 г., когда объединённые силы дагестанских и чеченских боевиков под командованием Хаттаба (Самера Салеха ас-Сувейлеми) и Ш. Басаева вторглись в ближайшие к Чечне районы Дагестана, как одна из вех конфликта и долгосрочные последствия межэтнического напряжения отразили значительную социально-политическую проблему в регионе. Религиозно-политический конфликт, возникший между тремя ключевыми участниками – суфийской общиной, салафитской общиной и дагестанскими властями, стремительно вышел за пределы возможностей ключевых участников по его урегулиро-

ванию. Переплетая сферы национально-политического устройства и взаимодействия различных этнических групп, данный конфликт подразумевает многосторонний и многофакторный анализ, затрагивающий и политическую систему в целом, и гражданское общество, и религиозные аспекты.

Целью данного исследования является анализ изменения роли дагестанской общественности и отдельных гражданских структур в указанном конфликте, необходимый для понимания степени их влияния на изучаемое противостояние. Для этого в статье исследуются особенности развития конфликта, начиная с событий 1999 г., изучаются роль, мотивы и позиции различных групп местного населения, политических и религиозных акторов, а также проводится теоретико-социологический анализ конфликта для более глубокого понимания его течения и сути проблем.

Данная тема актуальна, так как Дагестан остаётся регионом с высокой долей социальной напряжённости, обусловленной межэтническими и религиозными отношениями и неоднородной моделью социально-политического поведения местного населения.

Для большего понимания конфликта «изнутри» и представления позиции дагестанского народа основной аналитической базой исследования были выбраны местные средства массовой информации.

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КОНФЛИКТА В ДАГЕСТАНЕ

Говоря о трансформации проблем, из-за которых возник и развивался конфликт, а также о правилах и нормах, на которые изначально ориентировались стороны противостояния, необходимо отметить, что на всех этапах данного конфликта и власти, и общественные силы республики в меру своих возможностей пытались сдерживать дальнейшую эскалацию насилия и взаимной агрессии, вспыхнувших между двумя ключевыми местными мусульманскими общинами.

В ходе роста напряжённости религиозно-политического конфликта в республике дагестанское общество, особенно его (общества) активная гражданская часть, оставалось наиболее заинтересованным в скорейшем разрешении конфликта. Это также повлияло на трансформацию соотношения сил между участниками конфликта и сторонними акторами, к которым относилась дагестанская общественность.

Её участие в деэскалации и преодолении последствий конфликта начало проявляться уже в первые годы нарастания вооружённого противостояния и было связано со случаями гражданского героизма жителей дагестанских сёл, которые ценой собственной безопасности пытались сдерживать агрессивные устремления боевиков. По общепризнанным в стране оценкам, во время событий 1999 г. общественность Дагестана показала высокую степень самоотверженности и консолидации перед лицом угрозы. Тогда по всей республике была объявлена мобилизация добровольцев и ополченцев для разгрома боевиков, вторгшихся на территорию Дагестана из Чечни.

Героизм дагестанских ополченцев и простых граждан заслужил и высокую оценку Президента страны В. В. Путина, который на приёме в Кремле 29 декабря 2000 г., устроенном для дагестанской делегации, отметил: «Мне как руководителю страны решительность в своих действиях в немалой степени придавали характер и настроения дагестанцев в те нелёгкие дни. Дагестанцы проявили истинный патриотизм. Бандиты использовали не только силу, но и пытались спекулировать на религиозных ценностях, и здесь им не удалось вас обмануть. Ваши действия в целом помогли сплотить общество в республике и в стране»¹.

Данные события явились на тот момент серьёзным фактором трансформации структуры нарастающего религиозно-политического противостояния в республике. Впервые за весь период развития конфликта в него открыто вмешались общественные силы республики, самым серьёзным образом изменив на определённый период его внутреннюю структуру и расклад сил в противостоянии.

Другая сторона конфликта – дагестанские и чеченские боевики, – а также радикальные салафиты, которые во все предыдущие годы стремительно наращивали своё влияние в Дагестане, формировали и укрепляли шариатские вооружённые анклавы на территории республики в Кадарской и Цумадинской зонах, с резким включением в конфликт мобилизованной дагестанской общественности потеряла практически все свои позиции в республике. В выявлении и сдаче властям пособников боевиков, сторонников радикальных форм ислама, а также в изгнании радикальных проповедников из своих сёл и районов приняло в тот момент участие практически всё население Дагестана².

Логика развития именно религиозно-политического конфликта была такова, что стоящие на религиозных позициях стороны конфликта абсолютно не прислушивались к голосу светских деятелей, считая их в лучшем случае «несведущими в делах ислама», а в худшем – «неверными» и «врагами ислама». При этом в республике наблюдались попытки удержать стороны конфликта от насилия и со стороны представителей журналистского сообщества Дагестана, которые, сохраняя свои позиции в общественной и информационной системе республики, уже успели «пропитаться» мусульманскими ценностями и начинали позиционировать себя как мусульмане, соблюдающие требования религии.

Примером такого деятеля является заместитель главного редактора газеты «Молодёжь Дагестана» А. Мехтиханов. Он в своих материалах начал

¹ К 10-летию юбилею в Постпредстве РД при Президенте РФ прошли торжественные мероприятия // Сайт Главы Республики Дагестан. URL: <http://president.e-dag.ru/rukovodstvo/postpredstvo/novosti/k-10-letnemu-yubileyu-v-postpredstve-rd-pri-prezidente-rf-proshli-torzhestvennye-meropriyatiya> (дата обращения: 25.12.2020).

² См., напр.: Акаев В. Военные столкновения между ваххабитами и последователями суфизма // Евразия: информационно-аналитический портал. URL: <http://evrazia.org/article/2405> (дата обращения: 27.12.2020).

активно использовать религиозные доводы для удержания сторон конфликта от взаимного насилия. К примеру, он писал, что Коран, ислам запрещают терроризм, экстремизм³.

И А. Мехтиханов был не одинок в своих попытках достучаться до сознания дагестанцев через апеллирование к исламским текстам и ценностям. Этих же тем в своих материалах и заявлениях касались и покойные ныне дагестанские журналисты и аналитики – директор Центра стратегических исследований и политических технологий З. Варисов, учредитель газеты «Черновик» Х. Камалов, заместитель главного редактора газеты «Новое дело» А. Ахмеднабиев и мн. др. Однако их старания не приводили к желаемому эффекту. Спираль взаимного насилия в республике по мере растущей интернационализации и глобализации конфликта продолжала раскручиваться всё стремительнее, а дагестанское общество продолжало всё больше самоустраняться от попыток решения конфликта, поскольку уже не успевало адекватно реагировать на его стремительную эскалацию.

В последующие годы дагестанские власти в полной мере пытались использовать патриотический, воспитательный, мобилизационный и идеологический заряд событий того времени, организуя многочисленные круглые столы, встречи ополченцев с молодёжью, вахты памяти, иницируя создание телевизионных передач и фильмов. Однако по ряду причин фактор стремительной мобилизации дагестанского общества перед лицом общей угрозы, активного включения в прекращение противостояния и кровопролития на религиозно-политической основе постепенно сошёл на нет. Это привело к новому этапу трансформации структуры и акторов религиозно-политического конфликта в республике, который начал постепенно выходить на новый уровень⁴.

Все инициативы по использованию тематики тех событий принадлежали дагестанским властям, которые не смогли в полной мере сделать общественный подвиг простых дагестанцев «точкой притяжения» активной части гражданского сообщества. В информационном поле также наблюдалось снижение консолидирующего и воспитательного эффекта материалов и сюжетов о событиях тех лет.

Отчасти произошедшую трансформацию в сознании дагестанцев объясняют журналисты еженедельника «Настоящее время». В канун очередной годовщины со дня разгрома боевиков Ш. Басаева и Хаттаба в Дагестане издание отмечает, что через десять с лишним лет «единым фронтом давший отпор боевикам в 1999-ом году Дагестан уже превратился в поле кроваво-

³ Альберт Мехтиханов: Ислам не ограничивается молитвенным ковриком // Обзор СМИ: [сайт]. URL: http://www.obzor-smi.ru/dagestan/2464-albert_mehtihanov_islam_ne_ogranichivaetsya_molitvennym_kovrikom.html (дата обращения: 05.01.2021).

⁴ См.: Гусейнов Г. Н. Маслиат – призыв к миру // Народы Дагестана: [сайт]. URL: http://www.narodidagestana.ru/vipusk/1/stat/masliat_priziv_k_miru (дата обращения: 27.12.2020); Дагестан устал от крови // Ансар: [сайт]. URL: <http://ansar.ru/society/2011/6/18/17339> (дата обращения: 27.12.2020).

го гражданского побоища» и что «те же самые горцы, которые 12 лет назад в едином порыве встали на защиту Дагестана от внешнего посягательства, сегодня с полным равнодушием взирают на то, как их республика захлёбывается кровью в непрекращающейся гражданской войне»⁵. Несмотря на всю катастрофичность развивающихся в республике событий и то «гражданское оцепенение», в которое впала дагестанская общественность, до сих пор ни она, ни дагестанские власти не смогли дать внятный ответ на происходящее с республикой и населением Дагестана и не определились с реакцией Дагестана на стоящие перед ним вызовы.

МОБИЛИЗАЦИЯ И ДЕМОБИЛИЗАЦИЯ ДАГЕСТАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Для общественной реакции на конфликт в Дагестане важно выделить уровни мобилизации дагестанского общества в ходе развития данного конфликта и проанализировать факторы, ставшие причиной проблем и недостаточного успеха в его деэскалации.

Базовым уровнем мобилизации можно считать мгновенную мобилизацию в тех случаях, когда это касалось ближайших родственников жителей Дагестана⁶. Такая мобилизация жителей дагестанских районов в деле защиты своих личных интересов вполне объяснима, поскольку историческое сознание дагестанских народов формировалось именно в рамках этих локальных сообществ, которые ещё дореволюционные авторы называли «джамаатами» и «вольными обществами». Уже на этом уровне участвующие в протестах жители тех или иных районов пытаются своими силами организовать информационную поддержку своим акциям. Зачастую они связываются со своими друзьями в республиканских СМИ и просят их осветить эту акцию в СМИ, заявить об их требованиях и т. д. Как правило, дальше таких действий попытки инициирования некоей информационной кампании на этом уровне не идут.

Следующий уровень мобилизации дагестанских жителей в защиту собственных интересов – это этнонациональный, когда мобилизуются жители уже на уровне отдельного этноса, например, представители аварского, лезгинского, кумыкского или других народов. Однако подобная мобилизация жителей Дагестана по этнонациональному признаку, в отличие от мобилиза-

⁵ См.: Дагестан: «Мочить» уже не работает // Голос Ислама: [сайт]. URL: <https://golosislama.com/news.php?id=2510> (дата обращения: 28.12.2020).

⁶ Таких случаев республика знает десятки. Весьма показательными в этом отношении являются митинг жителей Цунтинского района республики, выразивших свою готовность оказать вооружённое противостояние членам НВФ из-за убийства ими местного лесника, митинг жителей Цумадинского района, недовольных задержанием силовиками их земляков – братьев Гаирбековых, митинг жителей Казбековского района против районного главы, которого они обвиняли в убийстве местного жителя, и т. д. См.: УФСБ по Дагестану выступило с заявлением по поводу митинга 28 апреля // Regnum: [сайт]. URL: <http://www.regnum.ru/news/447797.html#ixzz2uiCp2Dy0> (дата обращения: 07.01.2021); В Дагестане сместили обвиняемого в убийствах главу Казбековского района // Кавказский узел: [сайт]. URL: <http://abkhasia.kavkaz-uzel.ru/articles/111735/?print=true> (дата обращения: 07.01.2021).

ции по географическому признаку, на сельском или районном уровне, за все эти годы ни разу не случалась в ответ на вызовы, исходящие от участников текущего религиозно-политического конфликта – боевиков или силовиков.

Этнонациональная мобилизация в основном происходила в ответ на некие вызовы, исходящие от республиканской власти, или же в ответ на её неспособность решить некую жизненную проблему того или иного народа республики⁷. В этом случае участники организуемых общественных акций демонстрируют обычно более широкий подход к организации информационной кампании в свою пользу. Обычно в акциях подобного уровня уже принимают участие не просто сельские жители, но состоявшиеся представители того или иного народа – учёные, писатели, общественные деятели, аналитики, журналисты и бизнесмены.

Они помогают участникам подобных мероприятий получить доступ к более солидным СМИ республиканского, общекавказского и общероссийского уровня. Примером тому может служить тот факт, что об акциях Федеральной лезгинской национально-культурной автономии против переименования одной из улиц Дербента писали не только дагестанские и общекавказские СМИ, но даже и такие федеральные издания, как «Российская газета».

На более высоком – общереспубликанском – уровне подобная мобилизация жителей Дагестана наблюдалась за все годы эскалации религиозно-политического конфликта только один раз – в ответ на вторжение боевиков со стороны Чечни в 1999 г., как было упомянуто выше.

Таким образом, за последние более чем 20 лет, прошедшие с событий 1999 г., дагестанская общественность существовала в формате периодической мобилизации в ответ на вызовы своим интересам на уровне районов или этнонациональной идентичности. Конечно, нельзя отрицать, что в Дагестане за эти годы были проведены многочисленные круглые столы и конференции, молодёжные форумы, посвящённые профилактике экстремизма и радикализма, были инициированы всякого рода проекты по развитию инновационного и креативного потенциала молодёжи⁸.

⁷Здесь можно привести в пример митинги представителей кумыкского народа, требующих от властей возвращения им их исторических земель, или митинг представителей лезгинского народа, протестовавших против переименования одной из улиц Дербента в честь бывшего президента Азербайджана Г. Алиева. См.: В Дагестане прошел митинг представителей кумыкского народа // Кавказский узел: [сайт]. URL: <http://www.kavkaz-uzel.ru/articles/165522> (дата обращения: 07.01.2021); Участники митинга «Дербент – южный форпост России» в Москве потребовали отменить решение о переименовании улицы Советской // Кавказский узел: [сайт]. URL: <http://www.kavkaz-uzel.ru/articles/226408> (дата обращения: 07.01.2021).

⁸ Проект Дагестанский гражданский университет [Электронный ресурс] // Ассамблея развития гражданского общества. URL: <http://www.forumargo.ru/projects/view/id/35> (дата обращения: 07.01.2021); В Дагестане молодёжный форум «Диалог–М» собрал более 300 человек // Кавказский узел: [сайт]. URL: <http://www.kavkaz-uzel.ru/articles/207867> (дата обращения: 07.01.2021); В Дагестане состоялся первый молодёжный форум волонтеров // Без Формата: [сайт]. URL: <http://mahachkala.bezformata.ru/listnews/pervij-molodezhnij-forum-volonterov/9138579> (дата обращения: 07.01.2021).

Духовное управление мусульман Дагестана все эти годы проводило Съезды алимов (мусульманских богословов) как на уровне отдельных районов, так и на уровне всей республики. Журналистское сообщество республики периодически собирало своих активных членов как в Дагестане, так и в Москве. Однако большая часть этих собраний была посвящена трагическим событиям – убийствам журналистов республики. Важно отметить, что в большинстве случаев близкие и коллеги убитых обвиняли не боевиков, а те или иные клановые группировки внутри власти.

Что удивительно, не произошло массовой мобилизации дагестанского общества и после убийств двух самых влиятельных суфийских шейхов Дагестана – С. Хурикского (Исрафилова) и С. Чиркейского (Ацаева). Причём последнего все эти годы власть и сами его последователи называли духовным лидером всего Дагестана. Реакция расколотого дагестанского общества на его смерть показала, что единого лидера за все годы конфликта в Дагестане не появилось. Однако при отсутствии мобилизации и консолидации всего дагестанского общества после этого убийства странным образом без относительно заметной реакции смирились с ним и сами последователи убитого шейха⁹.

При этом экспертам приходится констатировать, что с постепенным самоустранением дагестанской общественности от участия в окончательном разрешении и прекращении текущего конфликта власти также упустили инициативу, а сама тема широкого общественного противостояния дагестанского населения боевикам и радикалам перестала мобиливающим и консолидирующим образом влиять на жителей республики [6, с. 60]¹⁰. События 1999 г., к сожалению, не послужили действенным фактором для системной организации самого дагестанского общества на основе патриотических и гражданских ценностей. После этих событий в Дагестане не родилось никакого широкого общественного движения или процесса гражданской самоорганизации в защиту общественных завоеваний того периода, в защиту безопасности дагестанского общества [10, с. 156].

ТЕОРЕТИКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНФЛИКТА

Понять динамику социального ответа на религиозно-политический конфликт в Дагестане нам позволяет категория «социальная аномия», которой Э. Дюркгейм обозначал состояние ценностно-нормативного вакуума, характерного для переходных и кризисных периодов и этапов в развитии общества, когда старые нормы и ценности перестают действовать, а новые ещё не уста-

⁹ Данный факт роднит это убийство с убийством муфтия Дагестана С. Абубакарова в 1998 г. В обоих случаях убийства были совершены через подрывы. Несмотря на то, что муфтий был убит путём подрыва его автомобиля, а шейх был убит самоподрывом смертницы, и в том, и в другом случае в дагестанском обществе упорно муссировались версии о наличии в этих убийствах неких «интересов правящих кланов».

¹⁰ Исрапилов С. Дагестан выносит приговор российской власти // Отчизна: [сайт]. URL: <http://otchizna.su/politics/6924> (дата обращения: 27.12.2020).

новились [4, с. 235]. Такой же социальный диагноз ставит данному обществу и современный кавказский исследователь З. Жапуев. Согласно его точке зрения, этот диагноз «определяется “болезненным” характером современной российской реальности, в которой фиксируется рост социальной аномии и воспроизводство деструктивных явлений в ходе общественной динамики» [5, с. 180].

Отечественный исследователь Н. Покровский, характеризуя многообразие проявлений социальной аномии в обществе, пишет, что к числу легко наблюдаемых и определяемых её «индикаторов» можно отнести «рост преступности, социальный хаос, “смятение душ”, неясность жизненных целей, резкое снижение предсказуемости во времени тех или иных явлений, связанных с данной социальной системой, возрастание значимости материальной ориентации, как противоположных нравственным и духовным» [8, с. 51].

Что касается представителей самого дагестанского общества, одна из попыток понять, что происходит в дагестанском обществе, нашла отражение в материале местного исламоведа и журналиста Р. Гереева, который пишет о том, что республику поразил общественный раскол по причине глубокого «кризиса традиционного общества»¹¹.

Относительно кризиса традиционного общества, проблему которого подняли дагестанские журналисты, отечественный исследователь В. Фельдман пишет, что данный вид кризиса представляет собой «критическое, переломное состояние социальной системы, когда уже происходит распад в прошлом относительно устойчивых, социальных связей, причем имеющих жизненно важное значение для воспроизводства и развития общественной системы» [12, с. 149].

Согласно подходу отечественного исследователя Н. Данилевского, любая цивилизация, представляющая самобытный культурно-исторический тип, имеет пределы своего бытия. Конец цивилизации Н. Данилевский представлял как время прекращения творческой активности народа. Он полагал, что в ситуации кризиса одни народы дряхлеют в апатии самодовольства, другие – впадают в апатию и отчаяние [3, с. 98].

Согласно другому подходу, который развивал английский историк А. Тойнби, подобные социальные кризисы возникают в том обществе, где правящая элита перестаёт обновляться. Поскольку, с его точки зрения, общество имеет исторические перспективы до тех пор, пока правящая элита обладает способностью к конструктивным решениям и действиям, а народ, определяемый как пассивное большинство, следует за элитой по пути реализации её планов. При исчезновении таких тенденций, согласно А. Тойнби, закономерно начинается процесс деградации элиты, проявляющийся в утрате способности правящего слоя принимать рациональные и верные решения проблем, возникающих в жизни общества [12, с. 323].

¹¹ Курбанов Р., Гереев Р. Случилось страшное... // Эхо Москвы: [сайт]. URL: http://echo.msk.ru/blog/kavkaz_politic/866994-echo (дата обращения: 28.12.2020).

Ещё более интересной для понимания процессов, протекающих в исследуемом обществе, представляется теория этногенеза Льва Гумилева. Согласно его теоретическим выкладкам, развитие любого общества предполагает следующие неизбежные фазы этногенеза: 1) явный период фазы подъёма; 2) акматическую фазу, когда этнос предельно активен, а давление на ландшафт уменьшено; 3) фазу надлома, когда антропогенное давление максимально и деструктивно; 4) инерционную фазу, в которой идёт накопление технических средств и идеологических ценностей; ландшафт в это время поддерживается в том состоянии, в которое он был приведён ранее; 5) фазу обскурации, во время которой нет забот ни о культуре, ни о ландшафте. После этого наступает фаза гомеостаза, когда остатки этноса существуют на обломках погибшего культурного ландшафта [2, с. 125].

Многое из вышеизложенного применимо и к дагестанскому обществу периода постсоветского системного кризиса, который сопровождался и деградацией правящей элиты в республике, и ростом апатии населения, и нарастающим разложением традиционного общества и одновременными попытками радикальных мусульманских общин сохранить традиционный уклад насильственными методами. Именно эти процессы и описывал дагестанский журналист Р. Гереев, когда писал следующее: «Сегодня линия отчуждения, ненависти и вражды пролегает посреди самого дагестанского общества, разделяя семьи и противопоставляя ближайших родственников. Это говорит о том, что в Дагестане полным ходом идёт настоящий распад самой социальной ткани, распад общества, как такового»¹².

Со слов В. Фельдмана, при наличии таких тенденций или возможен полный распад социальной системы, или кризис общества преодолевается на путях самоорганизации, и общество приобретает новые исторические перспективы [13, с. 149]. Однако в изучаемый нами период времени самоорганизации дагестанского общества перед лицом угроз набирающего обороты религиозно-политического конфликта ещё не произошло.

Кроме приобретения асимметричного характера данного конфликта, стоит упомянуть ещё несколько факторов, которые приводили к нарастающему самоустранению дагестанской общественности от его стабилизации. Среди них стоит назвать нарастающее озлобление жителей республики по поводу растущего уровня насилия и противостояния незаконных вооружённых формирований силовым структурам, а также из-за широкого вовлечения в ряды боевиков детей и родственников значительного числа жителей республики¹³.

¹² Курбанов Р., Гереев Р. Случилось страшное... // Эхо Москвы: [сайт]. URL: http://echo.msk.ru/blog/kavkaz_politic/866994-echo (дата обращения: 28.12.2020).

¹³ См.: Количество похищений людей в Дагестане за год увеличилось более чем в 2 раза // Газета «Черновик»: [сайт]. URL: <https://chernovik.net/content/lenta-novostey/kolichestvo-pohishcheniy-lyudey-v-dagestane-za-god-uvelichilos-bolee-chem-v-2> (дата обращения: 05.01.2021); Милашина Е. Побеждает тот, кто заказывает [Электронный ресурс] // Мемориал. URL: <http://old.memo>.

Современный израильский автор М. ван Кревельд подробно описал эти процессы в своей книге «Трансформация войны» [14, р. 55]. По словам этого военного теоретика, если государство теряет инициативу в вооружённом противостоянии с инсургентами и не может покончить с вооружённым сопротивлением на собственной территории в течение длительного времени, такой факт оборачивается для государства стратегическим поражением, а для вооружённых группировок – стратегическим выигрышем. Для победы же над вооружёнными группировками государству необходимо решительно перехватывать инициативу и завершать конфликт в кратчайшие сроки [14, р. 25, 37]. Это явление, по М. ван Кревельду, связано с тем, что современные войны с боевиками и террористами обходятся правительствам и армиям большими издержками и отсутствием гарантии скорых побед над противником: «Часто результатом являются ощутимые жертвы среди местного населения, и нельзя недооценивать психологические последствия этого»¹⁴.

Так и произошло в дагестанском обществе, где череда непрекращающихся вооружённых столкновений привела к тому, что начали копиться усталость, апатия, раздражение и даже озлобленность. Всё это стало дополнительным фактором глубокой трансформации расклада сил внутри структуры дагестанского религиозно-политического конфликта.

Несомненно, на рост усталости и апатии населения на фоне непрекращающегося конфликта повлияли и высокая степень коррумпированности общественно-политической и социально-экономической жизни в республике, общий системный кризис, высокий уровень безработицы, засилье кланов и отсутствие перспектив для значительной части населения республики. В этих условиях редакция газеты «Настоящее время» задаётся очень острым для республики вопросом относительно того, почему в Дагестане, уже который год сотрясающемся от непрекращающейся войны между силовиками и боевиками, ни власть, ни боевики не могут переломить ситуацию. И далее редакция предлагает свой ответ на данный вопрос: «Причина же, по которой ни одна из сторон не может добиться ощутимого результата в этой войне, проста. Пока силовики и боевики уничтожают друг друга, сила, которая могла бы все это прекратить, безучастно наблюдает за всей этой бойней. Речь идёт о дагестанском обществе»¹⁵.

Вывод журналистов свидетельствует прежде всего о том, что большинство дагестанцев практически полностью самоустранились от участия в конфликте, расколовшем дагестанское общество, под предлогом, что «это для них чужая война». «Если бы правительство искоренило бы коррупцию

ru/d/9374.html (дата обращения: 05.01.2021).

¹⁴ Ван Кревельд М. Война и современное государство // Полит.ру. URL: <http://polit.ru/article/2006/09/26/kreveld> (дата обращения: 05.01.2021).

¹⁵ Когда народ проигран // Мой Дагестан: [сайт]. URL: <http://www.moidagestan.ru/news/analytics/6256> (дата обращения: 05.01.2021).

в социальной, жилищно-коммунальной, медицинской и образовательной сферах, очистило бы общество от всех воров и казнокрадов во власти, встало бы на защиту прав простых людей против произвола чиновников, уничтожило бы клановость, то простые жители своими руками разделались бы с каждым из боевиков, смеющим покушаться на такую власть», - делают вывод журналисты¹⁶.

К сожалению, дагестанское общество на всех этапах нараставшего десятилетиями религиозно-политического конфликта так и не смогло проявить соизмеримой с активностью боевиков готовности отстаивать мир и согласие в республике, а также свои собственные общественные и гражданские интересы. По мнению американского исследователя Р. Патнэма, для трансформации конфликта в сторону усиления конструктивной и стабилизирующей роли гражданских структур необходимо, чтобы гражданские активисты «создавали социальные сети» и поддерживали друг друга, что приводит к росту социального капитала, взаимного доверия между гражданскими активистами и росту уверенности в собственных силах [9, с. 446].

Однако ситуация в Дагестане периода эскалации конфликта была далека от той, которую описывал Р. Патнэм, поскольку все эти годы общественное поле республики сохраняло предельную фрагментированность и замкнутость социальных групп в границах субэтнических и территориальных обществ. Это связано с тем, что процесс нарастания и углубления социальных расколов [7, с. 210], который в Дагестане был спровоцирован крушением СССР, не дошёл до своего логического конца и не породил на тот момент обратных процессов социальной консолидации [1, с. 45; 3, с. 202; 7, с. 27].

Как отмечали отечественные исследователи, одна из наиболее опасных черт внутрисударственных конфликтов – их крайне упорный и ожесточённый характер, поскольку эти конфликты являются также наиболее продолжительными. Этот же момент подчёркивал и В. А. Тишков, который писал, что эскалация конфликта в Чечне и Дагестане привела к тому, что на этой арене «вершили спектакль внешние акторы», а «конфликт перестал быть собственностью конфликтующих сторон» [11, с. 645].

На самом деле эскалация насилия со стороны участников конфликтов подобного формата происходит из-за того, что разрабатывавшиеся в 1960–1980-е гг. конфликтологическая теория и практика были ориентированы прежде всего на задачи регулирования, разрешения и предотвращения так называемых симметричных конфликтов, проявлявшихся в форме межгосударственных войн или региональных конфликтов, за которыми скрывалось, как правило, противостояние двух сверхдержав.

На современном же этапе ряд авторов предлагает рассматривать ещё один, дополнительный уровень сложности конфликтов подобного формата, а именно

¹⁶ Когда народ проигран // Мой Дагестан: [сайт]. URL: <http://www.moidagestan.ru/news/analytics/6256> (дата обращения: 05.01.2021).

подходить к их изучению и анализу по мере того, как они трансформируются в процессе эскалации. Так, Р. Вярюнен считает, что «множество теорий конфликта рассматривают проблемы, вокруг которых возник конфликт, акторов конфликта и их интересы как данность, и, исходя из этого, пытаются найти решение, которое устраняло бы или ослабляло противоречия между ними. Однако они не учитывают, что проблемы и интересы постоянно меняются в зависимости от социальных, экономических и политических изменений в обществе» [15, р. 17].

Исходя из этого посыла, учёный выводит собственную классификацию типов трансформации конфликтов:

- трансформация структуры конфликта, когда трансформируется вся структура взаимоотношений в конфликте;
- трансформация акторов конфликта, связанная с внутренними изменениями сторон конфликта или появлением новых сторон;
- трансформация проблем, в связи с которыми возник конфликт;
- трансформация правил и норм, которые изначально присутствовали в конфликте [15, р. 17].

Вне всякого сомнения, для религиозно-политического конфликта в Дагестане подобными факторами трансформации структуры противостояния, изначально зарождавшегося как сугубо религиозно-догматическое, стали его стремительная политизация со стороны салафитского лагеря, а также такие события, как две вооружённые кампании в Чечне, получение дагестанскими верующими боевого опыта в Чечне, вторжение боевиков в Дагестан в 1999 г., убийства муфтия Дагестана С. Абубакарова и духовного лидера суфийского большинства республики шейха С. Ацаева и т. д.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, проведённый в статье анализ трансформации религиозно-политического конфликта в Дагестане и роли его общественно-политических сил и гражданских структур в снижении остроты конфликта в республике показал явную недостаточность сил гражданского сектора в деле преодоления последствий противостояния различных частей дагестанского общества. Сам конфликт постепенно обретал новые социально-политические и религиозные черты и включал в себя новых участников – от отдельных активистов и чиновников до крупных религиозных групп. Мобилизация гражданского населения Дагестана в ответ на определённые события в ходе трансформации конфликта происходила на нескольких уровнях – от локального до общереспубликанского – и различалась по своим приоритетам и общественной реакции. Но ключевой проблемой является то, что она была весьма нестабильной, и гражданская активность быстро угасла, демонстрируя эффект социальной аномии.

Было также отмечено, что для противодействия экстремистским группировкам, использующим сильные эмоциональные послылы и накопившееся

напряжение в регионе для своих целей, недостаточно только системных и формальных ответов, исходящих от чиновников или от аффилированных с властью общественных структур. Это подчёркивает многокомпонентность и глубину религиозно-политического конфликта в Дагестане.

Для существенной трансформации структуры, норм, соотношения сил акторов текущего религиозно-политического конфликта, способной создать условия для уравнивания и последующего уничтожения влияния экстремистов на сознание верующей молодёжи, необходим соизмеримый ответ, идущий из самых глубин общественного сознания и исторической памяти дагестанских народов, породить который не в силах ни чиновники, ни силовики. Вполне очевидно, что подготовить подобный ответ на вызовы, исходящие из радикального лагеря, должно и способно только само дагестанское общество.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеева Е. А. Политические аспекты консолидации современного российского общества (на примере полиэтничного региона): дис. ... канд. полит. наук. М., 2004. 175 с.
2. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. М.: Айрис-пресс, 2012. 558 с.
3. Данилевский Н. Я. Россия и Европа. М.: Книга, 1991. 577 с.
4. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Наука, 1991. 576 с.
5. Жапуев З. А. Социальный иммунитет российского общества в условиях институциональной трансформации: теоретические предпосылки концептуализации и социологические рамки исследования // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. № 6. С. 178–182.
6. Ильясов М. Нестабильность на Северном Кавказе: причины, факторы и возможные последствия // Кавказ и глобализация. 2012. Т. 6. № 3. С. 57–69.
7. Липсет С., Роккан С. Структуры размежеваний, партийные системы предпочтения избирателей. Предварительные замечания // Политическая наука. 2004. № 4. С. 204–233.
8. Покровский Н. Е. Проблема анонии в современном обществе. М.: МГИМО-Университет, 1995. 139 с.
9. Салменниемет С. Теория гражданского общества и постсоциализма // Журнал исследований социальной политики. 2009. Т. 7. № 4. С. 439–464.
10. Сиражудинова С. В. Гражданское общество, традиционализм и ислам на Северном Кавказе. Ростов-на-Дону: АзовПечать, 2012. 200 с.
11. Тишков В. А. Этнополитический конфликт: системный и антропологический подходы // Этничность и религия в современных конфликтах / отв. ред. В. А. Тишков, В. А. Шнирельман. М.: Наука, 2012. С. 627–649.
12. Тойнби А. Дж. Постигание истории / пер. с англ. Е. Д. Жаркова. М.: Айрис-пресс, 2002. 640 с.
13. Фельдман В. Р. Идеология в процессе деградации и кризиса традиционного общества народов Центральной Азии // Вестник Бурятского государственного университета. 2013. № 14. С. 145–153.

14. Van Creveld M. Transformation of Warfare. New York: Free Press, 1991. 254 p.
15. Vayrynen R. To Settle or to Transform? Perspectives on the Resolution of National and International Conflicts // New Directions in Conflict Theory: Conflict Resolution and Conflict Transformation / ed. R. Vayrynen. London, Newbury Park, New Delhi: International Social Science Council, SAGE Publications, 1991. P. 1–25.

REFERENCES

1. Ageeva E. A. *Politicheskie aspekty konsolidatsii sovremennogo rossiyskogo obshchestva (na primere polietnicheskogo regiona): dis. ... kand. polit. nauk* [Political Aspects of Consolidation of Modern Russian Society (the case of a Multi-ethnic Region): PhD thesis in Political sciences]. Moscow, 2004. 175 p.
2. Gumilev L. N. *Etnogenez i biosfera Zemli* [Ethnogenesis and the biosphere of the Earth]. Moscow, Airis-press Publ., 2012. 558 p.
3. Danilevsky N. Ya. *Rossia i Evropa* [Russia and Europe]. Moscow, Kniga Publ., 1991. 577 p.
4. Durkheim E. *O razdelenii obshchestvennogo truda. Metod sotsiologii* [On the division of social labor. Sociology method]. Moscow, Nauka Publ., 1991. 576 p.
5. Zhapuev Z. A. [Social immunity of the Russian society in conditions of institutional transformation: theoretical premises of conceptualization and sociological frames of the study]. In: *Istoricheskaya i sotsialno-obrazovatel'naya mysl* [Historical and socio-educational thought], 2012, no. 6, pp. 178–182.
6. Ilyasov M. [Instability in the North Caucasus: causes and possible consequences]. In: *Kavkaz i globalizatsia* [The Caucasus and globalization], 2012, no. 6 (3), pp. 57–69.
7. Lipset S., Rokkan S. [Cleavage structures, party systems and voter alignments: An introduction]. In: *Politicheskaya nauka* [Political Science], 2004, no. 4, pp. 204–233.
8. Pokrovsky N. E. *Problema anomii v sovremennom obshchestve* [The problem of anomie in the modern society]. Moscow, MGIMO-University Publ., 1995. 139 p.
9. Salmenniemi S. [Theory of the civil society and post-socialism]. In: *Zhurnal issledovaniy sotsialnoy politiki* [The Journal of Social Policy Studies], 2009, vol. 7, no. 4, pp. 439–464.
10. Sirazhutdinova S. V. *Grazhdanskoye obshchestvo, traditsionalizm i islam na Severnom Kavkaze* [Civil society, traditionalism and islam in the North Caucasus]. Rostov-on-Don, AzovPechat Publ., 2012. 200 p.
11. Tishkov V. A. [Ethnopolitical conflict: systematic and antropological approaches]. In: Tishkov V. A., Shnirelman V. A., ex. eds., *Etnichnost i religiya v sovremennykh konfliktakh* [Ethnicity and religion in contemporary conflict]. Moscow, Nauka, 2012, pp. 627–649.
12. Toynbee A. J. Comprehension of history (Russ. ed.: Zharkov E. D., transl. *Postizhenie istorii*. Moscow, Airis-press Publ., 2002. 640 p.).
13. Fel'dman V. R. [Ideology in the process of degradation and crisis of traditional society of Central Asian ethnicities]. In: *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta* [Buryat State University Bulletin], 2013, no. 14, pp. 145–153.

14. Van Creveld M. *Transformation of Warfare*. New York, Free Press, 1991. 254 p.
15. Vayrynen R. To Settle or to Transform? Perspectives on the Resolution of National and International Conflicts. In: Vayrynen R., ed., *New Directions in Conflict Theory: Conflict Resolution and Conflict Transformation*. London, Newbury Park, New Delhi, International Social Science Council, SAGE Publications, 1991, pp. 1–25.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 14.03.2021

Статья размещена на сайте: 07.06.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Ланда Камиль Газимагомедович – доктор политических наук, профессор кафедры международного сотрудничества Института управления и регионального развития при Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; e-mail: expertatk@mail.ru

Курбанова Альбина Мурадовна – соискатель кафедры российской политики факультета политологии Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова; e-mail: kurb.ru@gmail.com

Kamil' G. Landa – Dr. Sci. (Political Sciences), Prof., Department of International Cooperation, Institute of Management and Regional Development at the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation; e-mail: expertatk@mail.ru

Al'bina M. Kurbanova – External Postgraduate Student, Department of Russian politics, Faculty of political science, Lomonosov Moscow State University; e-mail: kurb.ru@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Ланда К. Г., Курбанова А. М. Роль дагестанского общества в трансформации религиозно-политического конфликта // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru.

Landa K. G., Kurbanova A. M. The role of Dagestan in transformations of the religious and political conflict. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru.

УДК 327

Манойло А. В.

Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук
119333, г. Москва, ул. Дмитрия Ульянова, д. 3, Российская Федерация

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
119991, г. Москва, Ленинские горы, д. 1, Российская Федерация

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА И НОВАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ (II)

АННОТАЦИЯ

Цель. Продолжение исследования (Часть I опубликована в Вестнике Московского государственного областного университета. 2021. № 1) новейшей практики (форм, методов, инструментов и технологий) информационных операций, особенностей их гибридизации, а также новейших форм и методов противодействия.

Процедура и методы. Нарастающая милитаризация информационного пространства ведёт к изменению взглядов на силовые методы изменения геополитического баланса. Это, в свою очередь, ведёт к настоящей технологической революции в сфере ведения информационных, гибридных и торговых войн. Исследование такого рода комплексных сложноорганизованных процессов и схем требует применения методологии системного анализа вскрытия и алгоритмизации всех «цепочек» информационно-психологического воздействия, применяемых в информационных операциях нового типа.

Результаты. В статье подробно раскрываются основные формы, схемы, элементы информационных операций современного типа, демонстрируется, какими именно бывают информационные вбросы и для чего именно они предназначены; на примере конкретных информационных операций («Венесуэльский прецедент» и «операция «Гедеон»» 2019–2020 гг.) раскрывается, как именно информационные вбросы используются в современных тактических (оперативных играх) и стратегических операциях информационной войны; выделяются генеральные линии и основные стратегии ведения информационной войны против России. На примере российской практики проведения информационных контропераций («Дело Кабелью» 2019 г., «Скрипальские чтения» 2019 г., «Поиск русского крота в ЦРУ» 2019 г. (оперативная игра с Р. О'Брайеном») и др.) раскрываются новейшие формы и методы организации противодействия информационным операциям иностранных государств и оперативным играм иностранных разведок.

Теоретическая и практическая значимость. Сведения о новейших формах и методах организации и проведения информационных операций могут быть использованы в работе государственных органов, отвечающих за организацию системного противодействия информационной агрессии иностранных государств, а также будут полезны политологам, политтехнологам и специалистам по противодействию деструктивным политическим технологиям.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

международные отношения, политика, информационная война, гибридная война, информационная операция, оперативная комбинация, Россия, США, национальная безопасность

СТРУКТУРА

Венесуэльский прецедент

Продолжение «Венесуэльского прецедента»: «Белорусская Весна» как точка сборки новейших практик организации цветных революций нового типа

Тактика «роя»

Система координации и управления протестами

Силовое подавление

Разагитация

Перехват управления

Тихановская в роли Гуайдо

Использование ресурса международных организаций: оперативная комбинация на площадке ООН

«Белорусская Весна» как следствие провала операции «Вагнер»

Генеральные линии

Основные стратегии информационной войны против России

Формы и методы противодействия операциям информационной войны

Перспективные кейсы и методы

Дискуссии (вместо заключения)

A. Manoilo

*Institute of Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences
3 ul. Dmitry Ulyanov, Moscow 119333, Russian Federation*

*Lomonosov Moscow State University
1 Leninskiye Gory, Moscow 119991, Russian Federation*

INFORMATION WARFARE AND NEW POLITICAL REALITY (II)

ABSTRACT

Aim. Continuation of the study (Part I published in the Bulletin of Moscow Region State University (e-journal), 2021, no. 1) of the latest practice (forms, methods, tools and technologies) of information operations, the peculiarities of their hybridization, as well as the latest forms and methods of counteraction.

Methodology. The growing militarization of the information space leads to a change in views on the use of force to change the geopolitical balance. This, in its turn, is leading to a real technological revolution in the field of information, hybrid and trade wars. The study of this kind of complex, complexly organized processes and schemes requires application of the methodology of systemic analysis of opening and algorithmicization of all information and psychological influence “chains” used in information operations of a new type.

Results. The article reveals in detail the main forms, schemes, elements of information operations of a modern type, demonstrates exactly what information injections are and what exactly they are intended for; using the example of specific information operations (“Venezuelan precedent” and “Operation Gedeon” 2019–2020), it is revealed how exactly information throws are used in modern tactical (operational games) and strategic information warfare operations; highlights the general lines and main strategies of conducting an information war against Russia. On the example of the Russian practice of conducting information counter-operations (The Cabello Case in 2019, the Skripal Readings in 2019, The Search for a Russian Mole in the CIA in 2019 (an operational game with R. O’Brien), etc.), the latest forms and methods of organizing counteraction to information operations of foreign states and operational games of foreign intelligence services are shown.

Research implications. Information about the latest forms and methods of organizing and conducting information operations can be used in the work of state bodies responsible for organizing a systemic counteraction to information aggression of foreign states, and will also be useful to political scientists, political strategists and specialists in countering destructive political technologies.

KEYWORDS

international relations, politics, information war, hybrid war, information operation, operational combination, Russia, USA, national security

ВЕНЕСУЭЛЬСКИЙ ПРЕЦЕДЕНТ

Ярким примером стратегической операции является так называемый «Венесуэльский прецедент» – операция по организации государственного переворота в Венесуэле (по свержению режима Н. Мадуро), пик активности которой пришёлся на 2019–2020 гг. (рис. 1). В основе данной операции лежит новейшая, революционная по своему замыслу и исполнению гибридная технология организации «верхушечного» государственного переворота, получившая название «Венесуэльский прецедент», чрезвычайно точно просчитанная и валидная для любой страны мира, политическая элита которой имеет активы за рубежом; эта технология впервые на практике показала, как именно могут сочетаться попытки договориться с элитными группировками о переходе власти в руки нового лидера («верхушечный госпереворот») с технологиями организации массовых протестов («цветных революций»), призванными отвлечь внимание президента страны (и все его силы) на бесполезный (в данном случае) поиск «единого координирующего центра», управляющего протестом (которого на самом деле в данной реализации сценария цветной революции нет) [4]. Временная пробуксовка этой технологии в августе 2019 г. (связанная с провалом операции ЦРУ по агентурному проникновению в ближайшее окружение Н. Мадуро [6]) не привела к отказу США от дальнейшего проведения операции по смене режима в Венесуэле; скорее, следует говорить о том, что она была временно «поставлена на паузу». В течение этой паузы, потраченной американскими специалистами на разработку «плана Б», у Вашингтона нашлось время для того, чтобы наконец-то заняться Боливией (стоявшей у них в топ-листе сразу за Венесуэлой, Кубой и Никарагуа), до которой прежде просто руки не доходили: в ноябре 2019 г. там произошёл госпереворот, очень похожий по своему техническому исполнению на «Венесуэльский прецедент», в ходе которого законный президент Э. Моралес под нажимом армии бежал из страны¹.

Попытка реанимировать эту операцию путём объявления награды за «головы» Н. Мадуро и его ближайших соратников (т. н. Список Барра – II этап операции США в Венесуэле) и призыва к венесуэльцам самим выдать американскому правосудию «наркотеррористов» (для этого даже выдумали новый термин) была фактически обнулена начавшейся президентской избира-

¹ См.: Манойло А. В. Эво Моралеса «попросили» из Вашингтона: боливийские военные озвучили президенту предписание ЦРУ // Военно-промышленный курьер: [сайт]. 2019. 19 февр. URL: <https://www.vpk-news.ru/articles/53730> (дата обращения: 10.04.2021).

тельной кампанией, благодаря накалу которой Трампу стало не до чавистов. Попытка всё-таки захватить их в плен и вывезти в США в ходе высадки вооружённой группы наёмников (в состав которой вошли два бывших телохранителя Трампа – сотрудники Секретной службы США – и один действующий агент Управления по контролю за оборотом наркотиков) на пляже Макуто (т. н. «операция «Гедеон»») закончилась тем, что ополченцы боливарианской народной милиции, патрулировавшие побережье, и спецназовцы Диосадо Кабельо из засады в упор расстреляли незадачливых диверсантов прямо в момент высадки – как впоследствии выяснилось, чавистам сообщили о данной операции заранее (то ли по линии кубинской разведки, имеющей свою агентуру в Майями, где в штаб-квартире ЧВК Silvercorp USA готовилась сама операция, то ли американская разведка сама сделала контролируруемую утечку на Д. Кабельо с целью его «реабилитации» в глазах Н. Мадуро [8]). Как диверсионно-полицейская операция попытка наёмников Silvercorp (общей численностью 12 человек) «одним лихим наскоком» захватить и арестовать Мадуро не выдерживает никакой критики: она выглядит нелепо. Так её и оценивают большинство военных и гражданских экспертов. Однако если предположить, что настоящей целью этой операции был не захват чавистов (по примеру Норвегии), а агентурное прикрытие, в ходе которого Д. Кабельо, изблечённый в августе 2019 г. в тесных контактах с оперативным директором ЦРУ, получил возможность «восстановить доверие» Н. Мадуро, собственноручно расстреляв диверсантов, среди которых трое были гражданами США, то в этом плане операция «Гедеон», напротив, выглядит вершиной оперативного искусства – хорошо срежиссированным спектаклем, в котором бойцами ЧВК Silvercorp USA и их директором Дж. Гудро воспользовались «втёмную».

США: ВЕНЕСУЭЛЬСКИЙ ПРЕЦЕДЕНТ

I. Технология госперворота (2019)

I. Один из лидеров оппозиции провозглашает себя президентом страны; США сразу же его признают; вслед за США этого человека признают президентом все их западные и не западные союзники

II. США арестовывают счета и имущество страны за рубежом и передают все арестованные активы новому президенту; вслед за США то же самое на своей территории делают их западные союзники; на эти деньги новый президент покупает лояльность высшего руководства армии и политических элит; среди арестованных активов – личные капиталы,

III. США накладывают санкции на любые компании, банки, совершающие сделки с компаниями и банками, принадлежащими стране, в которой организовывается госпереворот; в стране начинается экономический коллапс

IV. одновременно фоном по всей стране идут массовые выступления населения, которому нечего есть, в стиле классических цветных революций, и власть тратит бесценное время на поиски единого управляющего центра, думая, что главная угроза для нее – это классический майдан

V. Тем временем из одного из соседних кабинетов к президенту страны зайдет «старый друг» и скажет, что на свое дело уже сделал и больше никому, к сожалению, уже не нужен; пора уходить, пока еще отпускают по-хорошему

II. Охота за головами («наркотерроризм-2020»)

REWARD



REWARD

REWARD

26 марта 2020, сен. пр-р У. Барр: США выдвинули официальное обвинение Мадуро, Кабельо, Морено, Карвахала, и др. (всего 15 чел.) в причастности к терроризму, международной наркоторговле и коррупции

III. Операция «Гедеон» май 2020

3 мая 2020

Высадка террористов в районе города Ла-Гуайра (пляж Маскуто). 8 чел убито при высадке, 3 взятые в плен, в т.ч.: Л. Денман, А. Берри - б. сотр. Секретной службы США, Хосе «Пеперо» Эрнандес (DEA). Организаторы: Джордан Гудро (CEO Silvercorp.), Х. Ньето, Джеймс Стоун (вр. повер. США) Версии: 1) в SEBIN знали о высадке и ждали; 2) опер. прикрытия своего агента (Д. Кабельо)

\$35 млн за Мадуро и \$20 млн за др. У. Барр: «некоторые из обвиняемых совершат поездки за рубеж, что может предоставить возможность для их задержания»; жители Венесуэлы вскоре ... выйдут этих людей нами

... были уверены, что Мадуро им выведет кто-то из его ближайшего окружения (передаст из рук в руки, связанного, с самолетом на рту). И тогда чиновнику DEA останется только арестовать.



ЦРУ: Поиск пужного человека «Дело Диосадо Кабельо» авг. 2019

Рис. 1 / Fig. 1. «Венесуэльский прецедент» (2019–2020 г.) как пример стратегической информационной операции США / “Venezuelan precedent” (2019–2020) as an example of a strategic US information operation

«Список Барра» и «операция “Геден”», так и не решив судьбы Н. Мадуро и его режима, тем не менее породили чрезвычайно опасный международный прецедент: впервые после похищения Норвегии (1989 г.) США объявили международными преступниками законно избранного президента страны-члена ООН и назначили денежное вознаграждение за его голову (рис. 2). Этот инцидент был в целом «проглочен» международным сообществом, как и заявление Д. Трампа о намерении применить к Венесуэле меры прямого террора – о начале «антинаркотеррористической операции», предполагающей широкое применение вооружённых сил странами-участниками операции (под её проведение США намеревались создать широкую международную «волевою» коалицию, такую же, как, в своё время, для вторжения в Ирак), но формально остающейся по своему статусу «полицейской» (так как речь идёт не о захвате и оккупации суверенного государства, а только о поимке наркоторговцев).



Рис. 2 / Fig. 2. США официально назначили вознаграждение за выдачу Н. Мадуро – живым или мёртвым / The United States has officially appointed a reward for the extradition of N. Maduro – dead or alive

С этого момента стало понятно, что теперь для прямого вмешательства США во внутренние дела любой суверенной страны им достаточно объявить «международную полицейскую операцию», объектом которой станут преступники нового типа – «наркотеррористы», коррупционеры или их пособники; в том числе, возможно, и мнимые «отравители» Скрипалей и Навального.

ПРОДОЛЖЕНИЕ «ВЕНЕСУЭЛЬСКОГО ПРЕЦЕДЕНТА»: «БЕЛОРУССКАЯ ВЕСНА» КАК ТОЧКА СБОРКИ НОВЕЙШИХ ПРАКТИК ОРГАНИЗАЦИИ ЦВЕТНЫХ РЕВОЛЮЦИЙ НОВОГО ТИПА

«Белорусская весна» 2020 г. (цветная революция в Беларуси) – это попытка государственного переворота, в которой внешне хорошо различимые и идентифицируемые «цветные» технологии тоже подверглись гибридизации, став «точкой сборки» для «лучших практик» организации цветных революций на постсоветском пространстве. Схема её организации представлена на рис. 3.



Рис. 3 / Fig. 3. Белорусская Весна–2020: схема организации государственного переворота – точная копия «Венесуэльского прецедента»–2019 / Belarusian Spring–2020: the scheme of organizing a coup d’etat is an exact copy of the “Venezuelan precedent”–2019

Общая схема организации цветной революции в Беларуси копирует киевский майдан 2013–2014 гг., но с внесением в его базовую схему определённых модификаций. Так, технологии связи и координации протестных групп (в том числе с использованием мессенджеров WhatsApp и Telegram) взяты от протестов в Гонконге в 2019–2020 гг. (рис. 4, левая часть изображения); технологии конфликтной мобилизации под изначально неполитическую повестку (более эффективные и ёмкие, чем прямые политические призывы) взяты от ереванского «электромайдана» 2015 г.; общая схема государственного переворота при этом является точной копией «Венесуэльского прецедента» 2019 г. (рис. 4, правая часть изображения). По сути, это мастерски сделанный сплав (гибрид) Гонконга с Венесуэлой. И всё это происходит на фоне определённо непростых отношений белорусского руководства с США (рис. 5).

ТАКТИКА «РОЯ»

Активная фаза белорусских протестов начинается 9 августа 2020 г. – сразу после подсчёта голосов на выборах президента страны. Как только появляются первые результаты подсчёта голосов, оппозиция тут же заявляет, что выборы – незаконны, и призывает своих сторонников выйти на улицы. Минск и все крупные города сразу же охватывает волна протестов, агрессия которых начинает фокусироваться на «мешающих» им «выражать народную волю» силах правопорядка. В Минске и других крупных городах протесты возникают сразу в готовом виде – без предварительной «раскачки» общества; народные массы выводят на улицы специально обученные оппозиционные активисты. В тех городах, где оппозиционные политтехнологи не успевают включиться в процесс (на всех активистов не хватает), как, например, в Витебске, стихийно влესнувшие на улицы народные массы, сбросив первоначальное возмущение, начинают остывать и расходиться; их уже на спаде активности перехватывают активисты и политтехнологи, срочно переброшенные в Беларусь из Украины и Литвы. При этом майдан (постоянно действующий лагерь) по образцу киевского майдана 2013–2014 гг. протестные массы не создают: все помнят «Васильковскую революцию» 2006 г., в которой именно майдан стал «слабым звеном» её организаторов. Вместо одного постоянно действующего лагеря, который легко блокировать и зачистить, организаторы протестов используют тактику «роя» (наподобие пчелиного) – они оперируют потоками возбуждённых людей, направляя их в разные точки города для создания ощущения множественности одновременно возникающих «очагов возгорания» (при фактическом отсутствии эпицентра самого «пожара»), которые невозможно локализовать. При этом потоки, вступив в соприкосновение с брошенными на их перехват силами правопорядка, тут же частично оттягиваются назад и перебрасываются на новый объект (улицу, площадь); специальные подразделения милиции (ОМОН и др.), приученные к разгону толпы, идущей в лобовую фронтальную атаку, или к разгону майдана, оказываются полностью не приспособленными к новой «манёвренной войне» с оппозицией; их силы быстро расплываются; необходимость одновременно блокировать множество улиц, площадей, перекрёстков, где в любой момент может появиться один из «роев» протестующих, изматывает и так не очень большие по численности силы милиции и спецназа. Как следствие, в определённый момент обязательно возникнет ситуация, когда против неожиданно появившейся в новом месте агрессивной толпы оказывается лишь горстка милиционеров, а их товарищи, рассредоточенные по другим частям города, просто не успевают прийти им на помощь.

В результате такого мобильного управления человеческими потоками находящийся всё время в движении «рой» сплывается, и из отдельных его потоков формируется агрессивная толпа, ничем по качеству не отличающаяся

ся от толпы, формируемой майданом (постоянно действующим лагерем). Именно так и происходило в Белоруссии в августе 2020 г.: рой быстро превратился в агрессивную политическую толпу, которая от массовых политических протестов стала быстро двигаться к массовым беспорядкам, причём строго по украинскому сценарию 2013–2014 гг. – сценарию киевского майдана, с «неизвестными снайперами», «небесной сотней» и поставленным на колени «Беркутом». Ещё бы немного, и точка невозврата была бы пройдена: на кадрах первых столкновений протестующих масс с милицией видно, что в руках «активистов нового белорусского майдана» мелькают прутья металлической арматуры; а там, где арматура, в следующий момент обязательно появится и огнестрельное оружие. А значит, с обеих сторон будут жертвы.



Рис. 4 / Fig. 4. Белорусская Весна–2020: схема координации и управления протестными массами, копирующая Гонконг–2020 / Belarusian Spring–2020: A Scheme for Coordination and Management of Protest Masses, Copying Hong Kong–2020

СИСТЕМА КООРДИНАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОТЕСТАМИ

Любой «рой» нуждается в оперативном управлении. Роль инструментов оперативного управления, координации и связи в белорусских протестах 2020 г. начинают выполнять сетевые формы коммуникации, возникающие на базе мессенджеров WhatsApp и Telegram. При этом в WhatsApp формируются протестные группы и сообщества, которые затем преобразовываются в тактические единицы; Telegram-канал «NEXTA» (в переводе с белорусского – «кто-то») используется руководством оппозиции как орган прямого оперативного руководства действиями конкретных протестных групп (частей «роя»), как канал связи с протестными группами на местах, как агрегатор опе-

ративной информации и, одновременно, как рупор антиправительственной пропаганды. Координирует деятельность «роя» Центральная группа психологических действий (Centralna Grupa Dzialan Psychologicznych) Войска Польского (военная разведка) и в меньшей степени ДГБ Литвы.

В условиях отключения интернета активисты оппозиции используют программы типа FireChat (мессенджеры мгновенного обмена сообщениями, работающие при отсутствии интернета) и файлообменники типа AirDrop, получившие широкое распространение в период массовых протестов в Гонконге; видеоматериалы с мест столкновений протестных масс и ОМОНа, снятые на камеры мобильных телефонов, доставляются курьерами в посольства и консульства Польши и Литвы, где есть спутниковая связь; через считанные часы эти материалы уже оказываются на «HEXTE», редакция которого располагается на территории Польши (рис. 4).



Рис. 5 / Fig. 5. Белорусская Весна–2020 сквозь призму отношений с США (реконструкция событий, предшествующих «майдану») / Belarusian Spring-2020 through the prism of relations with the United States (reconstruction of the events preceding the “Maidan”)

СИЛОВОЕ ПОДАВЛЕНИЕ

В этой ситуации белорусское руководство берёт курс на максимально жёсткое силовое подавление протестов. Данное решение, очевидно, не было бесспорным, но оно было правильным: в результате жёсткого ответа оппозиция тут же сменила тактику – от агрессивного штурма позиций сотрудников правопорядка (с арматурой и другими вспомогательными средствами) к «мирным» (демонстративным «ненасильственным») протестам, натиск ко-

торых стало проще остановить. Однако при этом «рой», потеряв в агрессивности, сразу выиграл в численности: к «мирным» протестам присоединились люди, которых пугала неконтролируемая агрессия как тех, так и других. Динамика развития «цветной революционной» ситуации замедлилась, но сама «революционная ситуация» стала более опасна.

РАЗАГИТАЦИЯ

В ответ организаторы протестов фокусируют своё внимание на персональном терроре работников правоохранительных органов, участвующих в подавлении протестов, и членов их семей: по примеру своих украинских «наставников» из «Правого сектора»² белорусские радикальные оппозиционеры размещают в интернете персональные данные сотрудников ОМОНа, опознанных оппозиционными активистами, включая их точное место жительства. Это делается для того, чтобы работники правопорядка, выполняющие свой долг, чувствовали себя беззащитными перед радикалами: теперь не только они сами, но и их семьи под угрозой; семьи при этом фактически становятся заложниками. Одновременно в среде силовиков начинается «разагитация»: от них требуют прекращения сопротивления и «перехода на сторону народа», иначе с ними «будет то же самое, что и с бойцами украинского Беркута», которых просто бросили; напоминают, что, в отличие от руководства, «уже присмотревшего себе коттедж в Ростове», рядовым бойцам бежать некуда (рис. 3).

ПЕРЕХВАТ УПРАВЛЕНИЯ

На фоне массовых протестов, отвлекающих внимание власти от происходящих на «втором плане» процессов, в Беларуси запускается создание сети так называемых стачечных комитетов – стачкомов. Создаваемые оппозицией для координации т. н. всебелорусской забастовки, стачкомы фактически становятся инструментами перехвата политической власти у государства: руководители стачкомов заявляют, что теперь они и есть власть (рис. 3). В результате в стране выстраивается параллельная система управления, узаконивающая двоевластие; данная система «новых органов власти» фактически скопирована с советов рабочих, крестьянских и солдатских депутатов, перехвативших политическую власть в России весной (март–апрель) 1917 г.

ТИХАНОВСКАЯ В РОЛИ ГУАЙДО

Детальное совпадение сценария государственного переворота в Беларуси со схемой «Венесуэльского прецедента» демонстрирует появление в игре западных спецслужб оппозиционера С. Тихановской; её роль полностью повторяет «путь к власти» её предшественника – венесуэльского оппозиционера Х. Гуайдо. Если в «Венесуэльском прецеденте» заменить Гуайдо на Тихановскую, а Венесуэлу на Беларусь, будет наблюдаться практически

² Террористическая организация, запрещённая в РФ.

полное совпадение обоих сценариев организации государственных переворотов, и не только сюжетных линий, но и деталей.

Так, С. Тихановская провозглашает себя лидером белорусской оппозиции после того, как её муж – блогер Сергей Тихановский, заявивший о своих президентских амбициях (7 мая 2020 г.), – попадает в тюрьму. В отличие от Гуайдо, она – человек случайный: Тихановская не имеет политического опыта и никогда прежде не занималась политикой. Однако её решение стать новым лидером оппозиции и президентские амбиции точно соответствуют таким же авантюристским поступкам Х. Гуайдо. Результатов выборов 2020 г. С. Тихановская, набравшая на них 3% голосов, не признаёт; призывает выступить против «узурпатора» А. Г. Лукашенко и практически сразу же (на второй день после выборов), испугавшись ответственности за свои слова, бежит в Литву: так, 11 августа 2020 г. глава МИД Литвы Л. Линкявичус сообщил, что «Светлана Тихановская в безопасности»³. Гуайдо на её фоне выглядит более мужественно: несмотря на реальную угрозу ареста, он весь критический для него 2019 г. оставался в Венесуэле.

Оказавшись в Литве, С. Тихановская создаёт так называемый Координационный совет по организации процесса преодоления политического кризиса – орган по «обеспечению трансфера власти». Об этом говорится в заявлении штаба С. Тихановской, распространённом 14 августа 2020 г.⁴. По своей структуре и характеру этот «совет» очень напоминает «группу Друзей Сирии» или «правительство» Гуайдо с его «президентскими уполномоченными» («министрами»). При необходимости «совет» мгновенно трансформируется в новое «правительство» Белоруссии (в изгнании), возглавляемое самой Тихановской (в роли т. н. избранного президента). Дело остаётся за малым: для полного совпадения белорусского и венесуэльского сценариев С. Тихановская должна провозгласить себя «избранным президентом» Беларуси (также, как в 2019 г. это сделал в Венесуэле Х. Гуайдо). И это действительно происходит 27 августа 2020 г. (в интервью немецкому изданию Bild⁵). Этому заявлению С. Тихановской предшествовали её признание «избранным президентом» сеймом Литвы (10

³ См.: Светлана Тихановская уехала из Беларуси в Литву // DW: [сайт]. 2020. 11 авг. URL: <https://www.dw.com/ru/mid-litvy-soobshhil-o-pribytii-tihanovskoj-v-stranu/a-54522300> (дата обращения: 10.04.2021).

⁴ См.: Тихановская инициировала создание Координационного совета для передачи власти // DW: [сайт]. 2020. 14 авг. URL: <https://www.dw.com/ru/tihanovskaja-iniciirovala-sozdanie-coveta-potransferu-vlasti/a-54570929> (дата обращения: 10.04.2021).

⁵ «Tichanowskaja: „Entschuldigung, aber ich bin nicht die Oppositionsführerin, ich bin die Anführerin der Mehrheit! Wir sind nicht mehr die Opposition. Aber alles ist derzeit schwierig. Ich müsste mehr Zeit mit meinen Kindern verbringen, ich bin derzeit keine richtige Ehefrau, da mein Mann im Gefängnis ist. Und dann habe ich Verantwortung als Anführerin, von hier aus alles zu tun, damit sich die Lage in Weißrussland verändert...». См.: „Ich bin die Anführerin der Mehrheit!“. Warum sie weiter an ein freies Weißrussland glaubt // Bild: [сайт]. [27.08.2020]. URL: <https://www.bild.de/politik/ausland/politik-ausland/bild-trifft-lukaschenko-gegnerin-swetlana-tichanowskaja-ich-bin-die-anfuhrerin-72592504.bild.html#fromWal> (дата обращения: 10.04.2021); Тихановская назвала себя избранным президентом Белоруссии // Lenta.ru. 2020. 27 авг. URL: <https://lenta.ru/news/2020/08/27/izbr> (дата обращения: 10.04.2021).

августа 2020 г.)⁶ и встречи «на высшем уровне» (по президентскому протоколу) с лидерами Германии (6 октября 2020 г.) и Франции (29 сентября 2020 г.).

Дальнейшее развитие истории со С. Тихановской по «венесуэльскому сценарию» предполагает несколько основных сюжетных линий:

- признание США и их военно-политическими союзниками Тихановской как единственного законного президента Беларуси (ещё не произошло); после этого США и вслед за ними их союзники заявляют, что все зарубежные активы Белоруссии принадлежат не «режиму Лукашенко», а «белорусскому народу», у которого теперь есть законный президент С. Тихановская; вслед за этим все госактивы страны за рубежом (счета, имущество, контракты) и частные активы белорусской элиты арестовываются и передаются в распоряжение «оппозиции», которая сразу же из маргиналов превращается в солидных, обеспеченных ресурсами политиков;

- затем белорусским политикам и чиновникам начнут поступать предложения «сдать А. Г. Лукашенко» в обмен на возвращение арестованных личных активов и, возможно, «гарантии безопасности» (как в «Венесуэльском прецеденте»);

- возможно, США поступят так же, как в марте 2020 г. в Венесуэле, и обявят за выдачу А. Г. Лукашенко денежное вознаграждение – в размере всё тех же 15 млн долларов (как за Мадуро).

Далее – всё, как в Венесуэле в 2019 г.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕСУРСА МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: ОПЕРАТИВНАЯ КОМБИНАЦИЯ НА ПЛОЩАДКЕ ООН

4 сентября 2020 г. по инициативе Эстонии Совет безопасности ООН собрался на «неформальное заседание» в формате онлайн-видеоконференции. Повестка заседания – Беларусь: нечестные выборы, нарушение прав человека, преследование оппозиции. На видеоконференции Совбеза ООН С. Тихановская призвала международное сообщество ввести санкции против причастных к нарушению прав человека в Беларуси и направить в страну «мониторинговую миссию»⁷. Среди требований, выдвинутых С. Тихановской, прозвучали: «проведение честных президентских выборов», «прекращение

⁶ «Любые действия нелегитимного белорусского лидера Александра Лукашенко во внутренней и внешней политике, направленные на легитимацию его правления и заключение с Россией новых международных соглашений, ограничивающих суверенитет белорусского народа, признаются международным сообществом преступлением против его народа, недействительными и де-факто аннексией». См.: Seimas ragina tarptautinę bendruomenę įvertinti Rusijos primetamą sąjungą Baltarusijai: [2020 m. rugsėjo 10 d. pranešimas žiniasklaidai] // Lietuvos Respublikos Seimo kanceliarija, biudžetinė įstaiga: [сайт]. [10.09.2020, 13:37]. URL: https://www.lrs.lt/sip/portal.show?p_r=35403&p_k=1&p_t=272425 (дата обращения: 10.04.2021).

⁷ Тихановская призвала ООН направить в Беларусь мониторинговую миссию // DW: [сайт]. 2020. 4 сент. URL: <https://www.dw.com/ru/tihanovskaja-prizvala-oon-napravit-v-belarus-monitoringovuju-missiju/a-54820551> (дата обращения: 10.04.2021).

репрессий и привлечение к ответственности их организаторов», «освобождение политических заключённых». В завершение своего выступления она потребовала «провести специальное заседание Совбеза ООН» по ситуации в Беларуси по поводу «соблюдения прав человека»⁸.

Последнее требование Тихановской (созвать экстренное заседание Совбеза ООН по выборам и соблюдению прав человека в Беларуси) особенно примечательно: это хороший повод для начала новой информационной операции (оперативной комбинации).

Предположим, что США, занявшие твёрдую позицию в отношении прошедших выборов в Беларуси, требуют поддержать С. Тихановскую и созвать внеочередное (специальное) заседание Совбеза ООН. На этом заседании Тихановская может:

- потребовать отменить выборы и под международным давлением потребовать от А. Г. Лукашенко назначить «третий тур» голосования (всё, как в 2004 г. на Украине, когда в результате «третьего тура» голосования победил В. Ющенко);

- если настоять на «третьем туре» в Совбезе ООН не удастся, потребовать официально признать избрание А. Г. Лукашенко нелегитимным (из-за многочисленных фальсификаций), потребовать его «дисквалификации» («снятия с дистанции») и передачи «победы» кандидату, занявшему по числу отданных за него голосов второе место; в этом случае победа в выборах автоматически достанется С. Тихановской, набравшей примерно 3% голосов избирателей – она сразу станет «избранным президентом».

Данная комбинация, однако, не была реализована, возможно, из-за избирательной кампании в самих США. Однако возможности реализации данной комбинации у США по-прежнему имеются.

«БЕЛОРУССКАЯ ВЕСНА» КАК СЛЕДСТВИЕ ПРОВАЛА ОПЕРАЦИИ «ВАГНЕР»

Одной из причин начала цветной революции в Белоруссии является довольно непростой характер взаимоотношений А. Г. Лукашенко и США. Вначале эти отношения развивались очень гармонично: так, 24 декабря 2019 г. он заявил, что «Запад и НАТО не позволят России нарушить суверенитет страны»⁹. Такие заявления обычно делают не спонтанно (это явно не «оговорка по Фрейду»), а только после того, как все возможные меры поддержки Запада и НАТО

⁸ Тихановская призвала ООН направить в Беларусь мониторинговую миссию // DW: [сайт]. 2020. 4 сент. URL: <https://www.dw.com/ru/tihanovskaja-prizvala-oon-napravit-v-belarus-monitoringovuju-missiju/a-54820551> (дата обращения: 10.04.2021).

⁹ «Если Россия попытается нарушить наш суверенитет, вы знаете, какотреагирует мировое сообщество, они окажутся втянутыми в войну. Запад и НАТО уже этого [предполагаемого посягательства на суверенитет Белоруссии] не перенесут, потому что они сочтут это за угрозу им. И в чём-то они [Запад] будут правы». См.: Лукашенко заявил, что Россия каждый год начинает прессовать Белоруссию, «завинчивая гайки» // ТАСС: [сайт]. 2019. 24 дек. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/7412939> (дата обращения: 10.04.2021).

уже детально оговорены с их представителями, и только в том случае, если Запад действительно даёт гарантии «защиты» Белоруссии от России¹⁰.

Дальнейшее закрепление отношений происходит 1 февраля 2020 г., когда госсекретарь США М. Помпео прилетает с рабочим визитом в Минск. На встрече с А. Г. Лукашенко он обещает поддержать Беларусь в её стремлении сохранить свой суверенитет и независимость от России (именно тогда они договариваются о поставках сжиженного газа из США – в случае, если Россия начнёт использовать «трубопроводную дипломатию»¹¹); взамен, вероятно, просит белорусское руководство время от времени оказывать «незначительные, но ценные (для взаимных отношений между двумя странами) услуги». Одним из пунктов договорённостей, предположительно, становится обещание по сигналу из Вашингтона задержать группу «российских наёмников» (из т. н. ЧВК Вагнера) и передать их США (через заранее оговорённые каналы связи и транспортировки). Что, собственно, и произошло в ночь на 29 июля 2020 г., когда КГБ Республики Беларусь (группа «А») задержало 32 граждан России (и одного гражданина Беларуси) – предположительно, «боевиков ЧВК Вагнер», прибывших в страну накануне президентских выборов для «организации госпереворота¹² (как в Черногории в 2016 г.)»¹³ (см. рис. 5). Сразу после задержания А. Г. Лукашенко созвал экстренное заседание Совета безопасности РБ, где потребовал от Москвы официальных объяснений «по поводу задержанных боевиков».

Спустя несколько часов (около 21.00 мск) в белорусских СМИ (на телеканале «Беларусь-1») появляется вброс от одного из сотрудников группы «А» КГБ РБ, участвовавших в захвате российских граждан. Он утверждает, что при задержании российские боевики требовали освободить их, ссылаясь на «свой прошлый опыт службы в российских силовых ведомствах»: «в момент задержания отдельные фигуранты апеллировали к российскому гражданству и также к службе в прошлом в различных силовых ведомствах России как основанию непривлечения их к административной и уголовной ответственности»¹⁴.

¹⁰ Так, в августе 2019 года в Минске был Джон Болтон, занимавший в то время пост помощника Президента США по национальной безопасности; в сентябре 2019 года в Беларусь приезжал заместитель Государственного секретаря США по политическим вопросам Дэвид Хэйл.

¹¹ См.: Помпео в Минске: США предлагают Беларуси нефть, но санкции пока не снимают. // DW: [сайт]. 2020. 1 февр. URL: <https://www.dw.com/ru/помпео-в-минске-сша-предлагают-беларуси-нефть-но-санкции-пока-не-снимут/a-52228225> (дата обращения: 10.04.2021).

¹² Об этом прямо заявил А. Г. Лукашенко 4 августа 2020 г.: «Эти люди дали показания, что были отправлены специально в Беларусь. Команда была ждать»; «сегодня поступила информация об ещё одном отряде, который переброшен на юг». См.: Лукашенко заявил об отправке россиян в Белоруссию с командой «ждать» // Интерфакс: [сайт]. 2020. 4 авг. URL: <https://www.interfax.ru/world/720223> (дата обращения: 10.04.2021).

¹³ См.: «БелТА» сообщило о задержании под Минском 32 бойцов ЧВК // Интерфакс: [сайт]. 2020. 29 июля. URL: <https://www.interfax.ru/world/719423> (дата обращения: 10.04.2021).

¹⁴ См.: Задержанные под Минском россияне упомянули службу в силовых ведомствах РФ // Интерфакс: [сайт]. 2020. 29 июля. URL: <https://www.interfax.ru/world/719522> (дата обращения: 10.04.2021).

При этом сотрудник КГБ РБ пожелал остаться неизвестным; на фотографиях его лицо скрывает балаклава, голос сотрудника изменён¹⁵.

По словам сотрудника КГБ РБ, «данное оперативно-боевое мероприятие (захват КГБ РБ 32 российских граждан, следующих транзитом через территорию республики, – А. М.) планировалось и проводилось с учётом подтверждённой оперативной информации о наличии реального опыта участия в локальных вооружённых конфликтах у подозреваемых лиц» – т. е. об их прибытии КГБ РБ знал и их ждали. На следующий день (30 июля) в ЦИК РБ заявили, что данная группа боевиков – не единственная; одновременно под Псковом и Невелем формируются ещё две аналогичные группы, предназначенные для заброски на территорию Беларуси с целью «дестабилизации политической ситуации в стране в предвыборный период»¹⁶.

КГБ Беларуси, разумеется, знал о канале переброски «людей Вагнера»: группа из 32 россиян (и одного белоруса), перехваченная на пути их транзита, предположительно, в одну из стран Ближнего Востока, наверняка не единственная из тех, кто за последнее время воспользовался данным маршрутом¹⁷; по договорённости с Москвой данный канал не трогали¹⁸. Однако после встречи лидера РБ с М. Помпео этот канал, видимо, решили «накрыть»; при этом почти полгода (с февраля по июль 2020 г.) ждали, когда в составе группы будет достаточно бывших граждан Украины (из Донецка и Луганска), воевавших на Донбассе.

Предположительно, план у США был такой:

– дождаться, когда по каналу пойдёт группа, в состав которой войдёт значительное число бывших украинских граждан, воевавших на Донбассе (все они теперь имеют российские паспорта, но для большей части стран мира – включая Беларусь – по-прежнему остаются гражданами Украины, воевавшими против неё с оружием в руках); таких в данной группе – 9 человек (а всего воевавших на Донбассе – 28);

¹⁵ См.: Задержанные под Минском россияне упомянули службу в силовых ведомствах РФ // Интерфакс: [сайт]. 2020. 29 июля. URL: <https://www.interfax.ru/world/719522> (дата обращения: 10.04.2021).

¹⁶ См.: В белорусском ЦИК заявили о подготовке в РФ новых групп боевиков // Интерфакс: [сайт]. 2020. 30 июля. URL: <https://www.interfax.ru/world/719567> (дата обращения: 10.04.2021).

¹⁷ Это косвенно подтвердил З. Прилепин, принявший участие в идеологической «лакировке» данного инцидента: «Было несколько групп, можно назвать их ЧОПом, они переправлялись транзитом через Белоруссию в третью страну. Одна группа, которая должна была вылететь последней, была задержана белорусскими властями. Никакого отношения к Белоруссии или деятельности там эти группы не имели, Белоруссия была лишь транзитным пунктом». См.: Прилепин рассказал о транзите через Белоруссию 170 «чоповцев» // Интерфакс: [сайт]. 2020. 4 авг. URL: <https://www.interfax.ru/russia/720205> (дата обращения: 10.04.2021).

¹⁸ На это косвенно указывает заявление А. Г. Лукашенко, сделанное им 1 августа 2020 г.: «Молодцы, что выяснили, что это первая группа. Я так понимаю, это только первая группа из 180 или 200 человек, которая планировалась к переброске в Беларусь. И притом, когда я это говорю (я прочитал доклад), это точные данные сегодня. И попытка там сейчас спрятать “хвост” в России и сказать, что вот чуть ли не они с нами согласовали приезд этой группы, это полная ерунда». Налицо прямая оговорка по Фрейду. См.: Лукашенко заявил, что в Белоруссию пытались перебросить 200 бойцов // Интерфакс: [сайт]. 2020. 1 авг. URL: <https://www.interfax.ru/world/719932> (дата обращения: 10.04.2021).

– захватить эту группу силами КГБ Беларуси, обвинив их в наёмничестве и подготовке к организации в РБ государственного переворота;

– заявить о намерении выдать «граждан Украины» (несмотря на наличие у них российского гражданства) украинским властям (т. е. СБУ, где к ним сразу же получают доступ следователи ФБР) и тем самым поставить Россию перед трудным выбором:

а) либо сделать вид, что это не «боевики Вагнера», а обычные туристы, и пустить всё на самотек, прекрасно понимая, что в случае выдачи украинской стороне 28-ми задержанных (из которых 9 – бывшие граждане Украины) им грозит расправа¹⁹;

б) либо попытаться выдернуть этих людей из рук КГБ РБ, причём любой ценой, – до того, как их передадут СБУ и они дадут исчерпывающие показания об их предположительном «нанимателе» – «ЧВК Вагнера», а также о связях этого «нанимателя» с РФ.

При этом оба варианта – плохие:

– в первом случае скажут, что российское руководство просто отказалось от своих граждан, сбросив их со счетов и одновременно подтвердив, что слова «мы своих не бросаем» ничего не стоят; при этом свободный доступ к задержанным гражданам РФ получают следователи ФБР, выбивающие у них развёрнутые показания о т. н. ЧВК Вагнера; следующим шагом США становится предъявление России официального обвинения в покровительстве наёмничеству, основанного на конкретных свидетельских показаниях;

– во втором случае задержанных российских граждан, предназначенных к выдаче Украине²⁰, придётся отбивать силой, что создаёт опасность «эксцесса исполнителя» или прямого попадания в новую ловушку, вероятно, уже расставленную спецслужбами США.

Данная оперативная комбинация – классический цугцванг, или «вилка», организованная российской стороне спецслужбами США: не случайно 30 июля 2020 г. в Совете Федерации ФС РФ захват группы российских граждан в РБ сравнили с «делом об отравлении Скрипалей» – похожей по исполнению операцией американских и британских спецслужб²¹. Эта ловушка должна была захлопнуться прямо накануне президентских выборов в Беларуси, что, по-видимому, и стало бы сигналом к признанию их США и другими странами западного мира. Но затем что-то пошло не так.

¹⁹ «В СБУ сразу же (30.07.2020) заявили, что собрали достаточно доказательств о военных преступлениях ЧВК «Вагнер» на неподконтрольных Киеву территориях Донецкой и Луганской областей: «Все эти лица, как и любой, кто участвовал в захвате украинских территорий и других военных преступлениях, должны предстать перед судом и получить наказание, предусмотренное законодательством Украины». См.: В Киеве потребуют экстрадиции задержанных в Белоруссии «вагнеровцев» // Интерфакс: [сайт]. 2020. 30 июля. URL: <https://www.interfax.ru/world/719616> (дата обращения: 10.04.2021).

²⁰ 31 июля 2020 г. Министерство иностранных дел Белоруссии передало украинским властям список задержанных под Минском граждан РФ, которые, предположительно, являются бойцами частной военной компании.

²¹ См.: В Совфеде задержание «вагнеровцев» сравнили с историей о Скрипалях // Интерфакс: [сайт]. 2020. 30 июля. URL: <https://www.interfax.ru/russia/719570> (дата обращения: 10.04.2021).

Вместо того, чтобы сразу выдать задержанных «вагнеровцев» Украине, А. Г. Лукашенко, вопреки первоначальным намерениям²², затягивает выдачу, вероятно, начав «торговаться»: 6 августа 2020 г. он поручает «пригласить в страну генеральных прокуроров России и Украины» для того, чтобы «разобраться в ситуации с задержанными боевиками»²³ (украинская сторона практически сразу же в ответ заявляет, что никакого приглашения со стороны РФ она не получила). При этом А. Г. Лукашенко с возмущением отвергает предположение, что его используют в своей игре американские спецслужбы: «Не надо нас пугать американцами, натовцами. Не американцы и не натовцы сюда прислали 33 человека, если уж на то пошло»²⁴. До выборов, тем временем, остаётся три дня.

В этот момент (а, возможно, и несколько раньше) США, видимо, начинают терять терпение, в последний раз намекают А. Г. Лукашенко на «необходимость соблюдать договорённости» и, вероятно, отдают отмашку на подготовку в стране массовых протестных акций – на запуск технологии цветной революции (активизируются спецслужбы ряда западных и восточноевропейских стран, приходит в движение белорусская оппозиция). В ответ утром 9 августа 2020 г. А. Г. Лукашенко заявляет, что он с В. В. Путиным наконец-то обо всём договорился: он «получил от российского коллеги письмо с изложением всех фактов по задержанным боевикам», прочитал его несколько раз и теперь «не исключает, что “всю ситуацию с боевиками, может быть, третья страна спровоцировала”»²⁵, т. е. США. Тем самым происходит радикальный разворот белорусского руководства, оказавшегося в ситуации начала цветной революции, обратно в сторону Москвы.

9 августа 2020 г. проходят выборы Президента РФ; США их не признают, о чём 11 августа 2020 г. Государственный департамент США делает соответ-

²² 6 августа 2020 г. такую возможность обсудили по телефону президенты Александр Лукашенко и Владимир Зеленский; кроме того, «Власти Белоруссии все увереннее демонстрируют, что всеерьезно собираются выдать Украине некоторых из россиян, арестованных в санатории под Минском 29 июля». См.: Судьбу «вагнеровцев» решат втроем или в одиночку // Коммерсант: [сайт]. 2020. 6 авг. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4443421> (дата обращения: 10.04.2021). «Диалог президента Украины с белорусским коллегой о выдаче захваченных в августе в Минске 33 российских сотрудников ЧВК до последнего момента развивался в очень конструктивном русле и Александр Лукашенко уже готов был выдать россиян Киеву...». Об этом заявил министр иностранных дел Украины Дмитрий Кулеба. По его словам, отказ Минска поверг в шок всё руководство Украины, так как все детали были досконально обговорены Зеленским лично с Лукашенко, а в Киеве уже готовились арестовать россиян». См.: Лукашенко твёрдо обещал Зеленскому выдать Киеву «россиян-вагнеровцев» – глава МИД Украины // Новый день: [сайт]. 2020. 12 авг. URL: <https://newdaynews.ru/crimea/712683.html> (дата обращения: 10.04.2021).

²³ См.: Лукашенко пригласил в Минск генпрокуроров России и Украины // Интерфакс: [сайт]. 2020. 6 авг. URL: <https://www.interfax.ru/world/720533> (дата обращения: 10.04.2021).

²⁴ См.: Лукашенко пригласил в Минск генпрокуроров России и Украины // Интерфакс: [сайт]. 2020. 6 авг. URL: <https://www.interfax.ru/world/720533> (дата обращения: 10.04.2021).

²⁵ См.: Лукашенко заявил, что договорился с Путиным по задержанным россиянам // Интерфакс: [сайт]. 2020. 9 авг. URL: <https://www.interfax.ru/chronicle/zaderzhanie-vagnerovcev-v-belorusii.html> (дата обращения: 10.04.2021).

ствующее официальное заявление. На очереди – признание С. Тихановской «избранным президентом» Беларуси (точно по венесуэльскому сценарию).

В свою очередь, Киев 12 августа 2020 г. всё-таки официально запрашивает Минск о выдаче 28 задержанных граждан «России и Украины», 9 из которых, по версии украинской стороны, имеют украинское гражданство²⁶. В ответ на это российские СМИ, ссылаясь на собственные «информированные источники», сообщили, что передача 32 задержанных властями РБ российских граждан, возможно, произойдёт «еще до конца недели»²⁷. 14 августа 2020 г. задержанные в Белоруссии российские граждане срочно возвращены на родину; перед возвращением со стороны Минска им принесены официальные извинения.

15, 16 и 18 августа 2020 г. у А. Г. Лукашенко происходят телефонные разговоры с В. В. Путиным; речь идёт о восстановлении союзнических отношений между двумя странами, о поддержке Белоруссии со стороны ОДКБ в том случае, если власть в стране попытаются захватить насильственным путём. Согласно заявлениям белорусской стороны (пресс-службы Президента РБ), Президенты РФ и РБ договорились о том, что «в случае обострения ситуации в части внешних угроз стороны будут реагировать совместно в соответствии с положениями, предусмотренными Договором о коллективной безопасности», и о том, что «Россия при первом запросе окажет помощь Белоруссии в обеспечении безопасности в случае внешних военных угроз»²⁸. На этом история с «вагнеровцами» заканчивается, но начинается другая история – цветная революция.

В технологическом плане оперативная комбинация «Вагнер» представляет собой схему «охоты на живца»: «приманкой» в этой комбинации стали захваченные в Беларуси российские граждане, причисленные к сотрудникам т. н. ЧВК Вагнера. На данную «приманку», вероятно, планировалось выманить кого-нибудь из официальных лиц или представителей РФ; радикальный дефицит времени, вынуждающий «объект охоты» спешить, обеспечила угроза выдачи задержанных СБУ – угроза, выглядевшая более чем реально. Начало операции всего на 10 дней опередило выборы Президента РБ (9 августа 2020 г.), что поставило в состояние жёсткого цейтнота главного исполнителя этой комбинации А. Г. Лукашенко: если началу этой операции предшествовала определённая договорённость между ним и госсекретарём США М. Помпео, предельно узкий временной лаг должен был лишить А. Г. Лукашенко возможности лавировать между двумя центрами силы (США и РФ) и пытаться изменить правила игры по ходу самой игры. Однако этот расчёт американской разведки в реальной ситуации не сработал.

²⁶ Киев официально запросил Минск о выдаче 28 «вагнеровцев» // Интерфакс: [сайт]. 2020. 12 авг. URL: <https://www.interfax.ru/world/721466> (дата обращения: 10.04.2021).

²⁷ Источник сообщил о возможной передаче «вагнеровцев» РФ до конца недели // Интерфакс: [сайт]. 2020. 12 авг. URL: <https://www.interfax.ru/world/721513> (дата обращения: 10.04.2021).

²⁸ См.: Лукашенко и Путин провели новый телефонный разговор // RT: [сайт]. 2020. 16 авг. URL: <https://russian.rt.com/ussr/news/774372-lukashenko-putin-razgovor> (дата обращения: 10.04.2021).

ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ЛИНИИ

Приведённые выше примеры стратегических информационных операций и оперативных игр убедительно демонстрируют, что информационная агрессия против России сегодня развивается по нескольким основным генеральным (стратегическим) линиям работы:

I. Политические убийства (внесудебные ликвидации политических оппонентов, сведение счётов с бежавшими за рубеж обидчиками):

– **«химическая» линия:** обвинения РФ во внесудебных ликвидациих политических оппонентов с помощью боевых отравляющих веществ (таких как «новичок»), относимых к категории химического оружия (в том числе в организации самих отравлений: Гебрева в 2015 г., Скрипалей в 2018 г., Навального в 2020 г.);

– **«биологическая» линия:** организация массовой вакцинации населения зарубежных стран поставляемой Россией вакциной COVID-19 с «неясными и чрезвычайно опасными побочными эффектами», о которых РФ специально умалчивает (с перспективой подвести эти поставки под «массовое применение биологического оружия» нового типа – «биологический терроризм»);

– **«радиоактивная» линия:** отравления политических оппонентов полонием и другими радиоактивными изотопами (с перспективой подвести это под применение Россией «грязного атомного оружия»); в настоящий момент в распоряжении Запада есть только один пример – так и не доказанное «устранение» Литвиненко).

II. Контрабанда наркотиков:

– **«кокаиновая» линия:** обвинение руководства РФ в причастности к организации транзита наркотиков (кокаина) под прикрытием государственных структур (МИД и др.):

а) перехват крупной партии кокаина (389 кг) на территории российской посольства в Аргентине (2017 г.);

б) перехват крупной партии кокаина (2 т) в Генте (2018 г.), промаркированной символикой «Единой России»;

в) перехват крупной партии кокаина (260 тюков, 9,57 т) в Кабо-Верде (Западная Африка) на панамском судне «Eser» с российским экипажем (2019 г.);

г) «дружба» и сотрудничество с международными наркокартелями (Cartel de los Soles в Венесуэле).

III. Наёмничество

(одно из наиболее серьёзных военных преступлений):

– из наиболее серьёзных кейсов – захват 33 предположительно «наёмников ЧВК Вагнера» в Белоруссии в июле 2020 г.

IV. Терроризм:

– убийства американских солдат в Афганистане (2018–2020 гг.);

– «грязный» радиационный («Литвиненко»), химический («Скрипалей – Навальный») и биологический («вакцина») терроризм;

– создание разведывательно-диверсионной сети на территории США («дело Марии Бутиной» – 2018 г.);

– кибертерроризм (кибератаки на сервера Демократической партии США в 2016 г. [9], на парламент Норвегии в 2020 г. и др.).

V. Дискредитация российской «мягкой силы»:

- Россия торгует кокаином (Аргентина – Бельгия – Кабо-Верде);
- Россия занимается допингом («допинговый скандал» с WADA);
- Россия вмешивается в чужие выборы (США, 2016);
- Россия отмывает миллиарды в офшорах («Панамское досье»);
- Россия убивает политических оппонентов («Литвиненко – Скрипаль – Навальный»);
- Россия одобряет и поддерживает наёмничество («Вагнер»);
- Россия дружит с наиболее одиозными диктаторами и военными преступниками (Венесуэла, ЦАР и др.).

Как именно осуществляется дискредитация российской «мягкой силы», показано на рисунке 6. Одной из первых на системном уровне эту схему раскрыла С. Б. Бурцева [1].

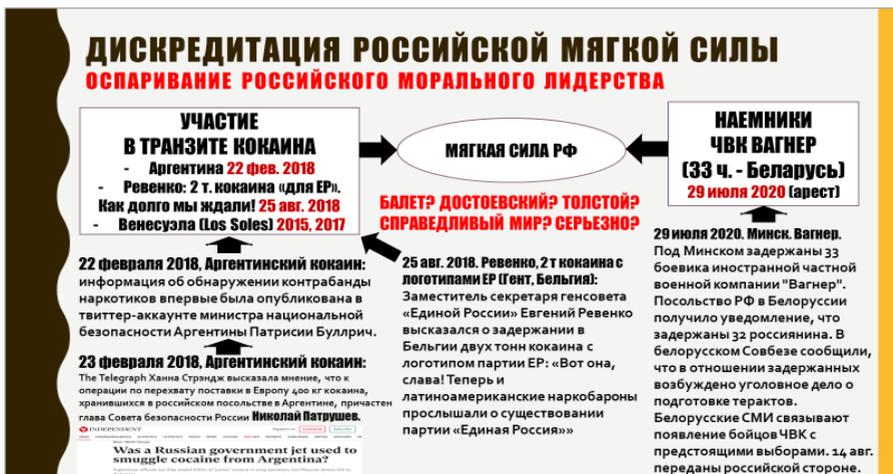


Рис. 6 / Fig. 6. Схема дискредитации «российской мягкой силы» / The scheme of discrediting “Russian soft power”

ОСНОВНЫЕ СТРАТЕГИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ ПРОТИВ РОССИИ

Все указанные линии группируются в рамках трёх основных стратегий: последовательного «удушения», «загонной охоты» и шантажа.

1. Стратегия «удушения» (т. н. «петля анаконды»): стратегия последовательного (пошагового) «удушения» конкретного политического лидера (как правило, президента страны) путём организации его травли сразу по нескольким независимым друг от друга направлениям, в определённый момент сходящимся в одном фокусе и дающим кумулятивный эффект.

Таким фокусом может стать выдвинутое в адрес лидера государства какое-либо особо тяжкое обвинение – например, в терроризме (радиационном, химическом, бактериологическом) и наркоторговле, – на котором в определённый момент одновременно фокусируются все линии, обрабатываемые организаторами травли. Суммарный (кумулятивный) эффект от внезапной трансформации множества различных версий в один «окончательный» и «не подлежащий обжалованию» приговор нередко лишает жертву травли не только «воздуха» (жертва начинает задыхаться, утратив волю к сопротивлению), но и воли к самой жизни и к её продолжению.

В этой стратегии каждый новый этап реализации любой из линий травли (каждая новая операция или оперативная комбинация) должен ещё сильнее сжимать «удавку», брошенную на «шею» лидера, сжав его грудь и лёгкие «на выдохе» – в тот самый момент, когда он в очередной раз среагирует на очередную провокацию и тем самым «откроется» перед противником, т. е. когда подставит себя под удар. Если он в таком положении «сделает выдох», обратно «набрать воздух в лёгкие» ему уже не дадут – «петля анаконды» на его груди и шее сожмётся ровно настолько, насколько при выдохе сократилась его грудная клетка, и через некоторое время жертва просто погибнет от удушья. Именно так охотятся анаконды: «вопреки распространённому мнению, анаконда, как и другие удавы, не раздавливает жертву и не ломает ей кости, а сжимает её и не даёт дышать, и та погибает от удушья» [11].

Типичными примерами применения «петли анаконды» на оперативном уровне (в рамках одной стратегической операции ИВ) являются:

- цепочка «Литвиненко – Скрипаль – Навальный», в которой обвинения в отравлениях с каждым этапом набирают обороты и становятся всё более радикальными;

- цепочка «Бутина (обвинённая в создании разведывательно-диверсионно-террористической сети на территории США) – Аверьянов (обвинённый в создании диверсионно-террористической сети на территории ЕС) – “отравители Навального” (обвинённые в создании диверсионно-террористической сети на территории РФ); при этом не охваченной осталась только Антарктида»;

- линия «ядов» (полоний – новичок – вакцина);

- линия создания «террористических сетей и инфраструктуры» (одиночная группа «Петров – Боширов» в Солсбери – «в/ч 29155» и сеть баз в Европе – попытка создания такой же сети в США);

- явно вырисовывающаяся «кокаиновая» цепочка (поставок): «Аргентина (2017 г., 0,4 т) – Бельгия (2018 г., 2 т) – Кабо-Верде (2019 г., 9,5 т)».

При этом организаторы травли придерживаются следующего технологического приёма: так, например, если в отношении лидера государства одновременно разворачиваются три кампании по его дискредитации по трём различным «основаниям» – по обвинению в политических убийствах (кампания № 1), наркоторговле (№ 2) и покровительстве наёмникам (№ 3), – ошибки, допущенные жертвой при попытке отразить удар, нанесённый по первой линии, сразу же используются для того, чтобы нанести удар с другого направления

– по второй линии, а при попытке жертвы отразить и этот удар новая атака на неё приходит с направления № 3. Так жертву травли, изматывая, «гоняют по кругу», и она вынуждена ради своего спасения хаотично метаться от одного источника угрозы к другому, пытаясь их нейтрализовать хотя бы на время.

Как именно действует стратегия «петля анаконды» в информационной войне против России, показано на рисунке 7.



Рис. 7 / Fig. 7. «Петля анаконды» в информационной войне против России / “Anaconda’s loop” in the information war against Russia

Для наглядной иллюстрации работы механизма дискредитации «мягкой силы» на рисунке 8 показана шкала информационных атак на РФ и её лидера, выстроенная в хронологическом порядке.



Рис. 8 / Fig. 8. Хронологическая шкала информационных атак на РФ и её лидера / Chronological scale of information attacks on the Russian Federation and its leader

2. Стратегия «загонной охоты»: (приклеивание на лидера ярлыка «международного преступника (террориста)» и организация его «международного уголовного преследования»): состоит в выдвигании прямых обвинений в терроризме и подведении конкретных представителей российского руководства под действие Freedom Act USA, допускающего внесудебную ликвидацию «главарей и пособников террористических группировок», или в назначении за их головы конкретного денежного вознаграждения (как за Н. Мадуро и его сторонников в 2020 г.).

В рамках данной стратегии сходящимися линиями, например, могут быть «обвинения России в убийствах американских солдат в Афганистане» или «дело Навального» (идущее в развитии общей линии, заданной «делом Скрипалей»). Всё это новейшие кейсы 2020 г.

3. Стратегия прямого шантажа

«Венесуэльский прецедент» (2019 г.) и гибридная цветная революция в Белоруссии (2020 г.) показали, что на определённом этапе стратегической операции её мишени – лидеру страны – может быть задан прямой вопрос: на что ты готов пойти ради того, чтобы сохранить свои активы за рубежом (если они есть) и даже жизнь?

Причём, если лидер страны не поймёт сделанного ему намека, его можно подвести под действие Freedom Act USA и затем ликвидировать без суда и следствия (как К. Сулеймани 03.01.2020) или назначить за его голову цену, объявив особо опасным международным преступником (военным преступником или даже «наркотеррористом»), как это было сделано в отношении Н. Мадуро и его соратников в 2020 г.

Примерами шантажа могут служить:

- 13 марта 2018 г. Т. Мэй предъявила России ультиматум, согласно которому Россия в течение 24 часов должна «правдоподобно объяснить» по поводу инцидента в Солсбери (т. е. публично признать свою вину в отравлении С. и Ю. Скрипалей), иначе Великобритания будет рассматривать «химическую атаку в Солсбери» как акт военной агрессии²⁹;

- захват 32 российских граждан (и одного гражданина РБ) в Белоруссии по обвинению в участии в т. н. «ЧВК Вагнера» и «подготовке терактов», угроза выдачи этих людей СБУ;

- ультиматум, выдвинутый США и группой стран по поводу избрания А. Прокопчука на выборах в Интерпол (2018 г.).

При этом следует отметить, что по мере нарастания накала информационной войны против РФ шантаж со стороны США и их военно-политических союзников в отношениях с Российской Федерацией становится всё более грубым и используется всё чаще.

²⁹ «Тереза Мэй выдвинула Москве ультиматум, согласно которому в течение 24 часов российская сторона должна правдоподобно объяснить по поводу инцидента. Срок ультиматума истек в 03:00 мск 14 марта 2018 г.». См.: Лондон официально обвинил Россию в отравлении Скрипалей // Lenta.ru. 2018. 13 марта. URL: <https://lenta.ru/news/2018/03/14/skipral> (дата обращения: 10.04.2021).

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ОПЕРАЦИЯМ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

В настоящее время уже накоплен определённый опыт успешного противодействия информационным операциям США и их союзников – в том числе в форме активных мероприятий (информационных контропераций). В целом все их можно разделить на пять основных видов:

1. Перехват информационной повестки.

Типичным примером такого рода операций являются т. н. «Скрипальские чтения», перехватившие на 48 часов информационную повестку у западных (в основном британских, американских и немецких) и российских СМИ с 3 по 4 марта 2019 г. – в первую годовщину инцидента в Солсбери.

2. Перехват оперативной инициативы, или операции прямого действия.

Типичным примером такого рода операций являются:

- т. н. «Дело Диосдадо Кабельо» (август 2019 г.) – операция по разоблачению агента ЦРУ в ближайшем окружении Президента Венесуэлы Н. Мадуро;
- «Русский информатор в ЦРУ», или оперативная игра в «поиск крота» с Р. О'Брайеном, помощником Президента США по национальной безопасности (октябрь 2019 г.);
- «Русская методичка» Сьюзан Райс (2020 г.) – заявление Сьюзан Райс об использовании русскими специальной «методички» для политической дестабилизации США.

3. Отвлечение на негодный объект.

Примером такой операции стал т. н. приезд Суркова и Манойло в Донецк (в октябре 2019 г.) – очень хороший пример того, как один информационный брос может запустить целое информационное цунами.

4. Информационные прививки – операции, предназначенные для выработки у целевых аудиторий коллективного иммунитета на негативное информационное воздействие (ожидаемого содержания).

5. Операции «возвратного типа», или операции класса «бумеранг» – информационные контроперации, рассчитанные на использование инерции, набранной операцией противника (как в айкидо или тхэквондо).

Типичным примером такого рода операции может служить оперативная комбинация, разыгранная с США в марте 2020 г. – сразу после объявления Д. Трампа о начале «антинаркотеррористической операции» в Венесуэле. Данная операция получила название «Предупреждение Трампу: главное – не выйти на самого себя».

На данный момент «Скрипальские чтения» (рис. 9) уже довольно подробно описаны и разобраны как в публикациях СМИ³⁰, так и в различных научных источниках³¹.

³⁰ См.: Skripal Readings as an Example of a Special Operation to Intercept the Information Agenda. The Latest Practice of Modern Information Warfare and Psychological Operations // Medium: [сайт]. 2020. March 8. URL: <https://medium.com/@andreimanoilo> (дата обращения: 10.04.2021).

³¹ См.: п. 5.1. «Скрипальские чтения» как пример специальной операции по перехвату информационной повестки. В кн.: Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны [10].

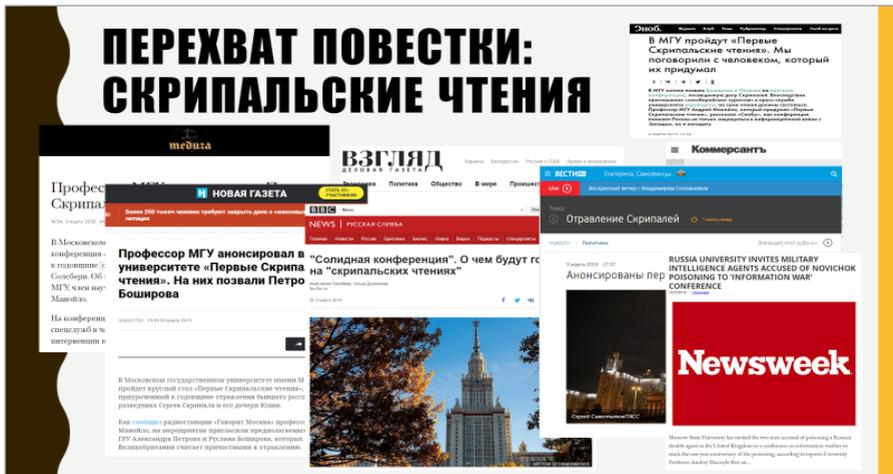


Рис. 9 / Fig. 9. «Скрипальские чтения» (3–4 марта 2019 г.): заголовки российских и зарубежных СМИ / Skripalskie readings (March 3–4, 2019): headlines from Russian and foreign media

Эта оперативная комбинация, проведённая 3–4 марта 2019 г. в Москве, на сегодняшний день продолжает оставаться одной из самых эффективных (а возможно, даже самой эффективной) операций по перехвату информационной повестки – благодаря грамотно использованному тройному «вирусному эффекту» (рис. 10).

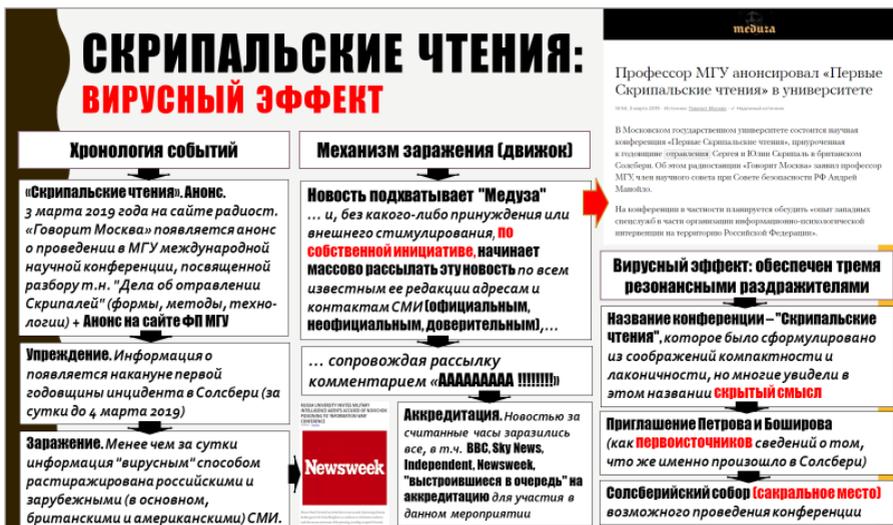


Рис. 10 / Fig. 10. «Скрипальские чтения» (3–4 марта 2019 г.): «вирусный эффект» / "Skrripalskie readings" (March 3–4, 2019): "viral effect"

О её эффективности говорят статистические данные: так, в период проведения операции (с 3 по 4 марта 2019 г.) только в одном Telegram информационный повод захватил внимание аудитории в один миллион триста тысяч (1 304 640) человек. Совокупный же охват аудиторий в СМИ только за время проведения операции составил более 50 млн человек (101 материал – см. рис. 11).



Рис. 11 / Fig. 11. «Скрипальские чтения» (3–4 марта 2019 г.): схема и результат операции / “Skrivalskie readings” (March 3–4, 2019): scheme and result of the operation

Операции по перехвату оперативной повестки («операции прямого действия»), в отличие от остальных видов информационных контропераций, всегда нацелены на нанесение противнику прямых потерь. Их результатом становятся выявление и раскрытие тайных операций иностранных спецслужб, разоблачение их агентуры, чистки (после провалов), ведущие к потерям квалифицированных кадров, и утрата иностранными разведчиками веры в непогрешимость своего руководства и собственную неуязвимость и избранность. В то время как операции 1, 3, 4 и 5 типов только создают условия для оказания разведывательного воздействия (перехватывают информационную повестку, отвлекают внимание противника на негодный объект и т. д.), операции прямого действия это разведывательное воздействие оказывают. Главным же итогом подобного рода операций становятся перехват оперативной инициативы у противника и способность навязывать ему собственные правила игры.

Главный принцип операций прямого действия состоит в следующем: противника надо простимулировать только один раз; всё остальное он должен сделать сам, своими руками, без принуждения и лишних напоминаний:

- своими руками завалить собственную тайную операцию;
- выдать собственную агентуру, схемы и каналы связи;
- засветить кадровый состав разведчиков, участвующих в операции.

И быть при этом твёрдо уверенным в том, что другого выхода у него нет.

В этом плане одним из лучших примеров операций прямого действия, как будто сошедших со страниц учебника, является операция по разоблачению агента ЦРУ в ближайшем окружении Николаса Мадуро – т. н. «Дело Диосдадо Кабельо», проведённая в Венесуэле в августе 2019 г. [6]. Эта операция, состоявшая всего из одного информационного вброса, опубликованного в венесуэльском издании «Medium» 17 августа 2019 г., вызвала настоящую панику в ЦРУ и, как следствие, привела к провалу одной из самых тщательно готовившихся и законспирированных тайных операций. Вероятно, именно из-за провала этой операции и раскрытия их агента влияния в ближайшем окружении Мадуро США временно приостановили свою работу по Венесуэле (поставили её «на паузу» вплоть до выработки «Плана Б») вплоть до 26 марта 2020 г. – почти на семь месяцев. Схема и хронология операции подробно описаны в книге А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролова [7]³²; это – тот самый редкий случай, когда информационный вброс, сделанный 17 августа 2019 г., 21 августа добил до самого Президента США Д. Трампа и вынудил его лично включиться в операцию по прикрытию своего агента, публично признав сам факт ведения тайных переговоров с «человеком из ближайшего окружения венесуэльского президента» (за спиной Н. Мадуро).

Другим примером операции прямого действия является оперативная игра, затеянная с новым помощником Президента США по национальной безопасности Робертом О’Брайеном, сменившим в сентябре 2019 г. на этом посту Джона Болтона (уволенного 10 сентября 2019 г. президентом Д. Трампом из-за провала политики США в Венесуэле – сразу после завершения операции «Дело Диосдадо Кабельо») [7]³³. Бывший заместитель директора ЦРУ Роберт О’Брайен, придя в Белый Дом, сразу же стал выяснять, откуда «русские» узнали о контактах Д. Кабельо с ЦРУ. О’Брайен не без оснований решил, что о секретной операции русские могли узнать, только имея источник внутри разведсообщества США; значит, где-то там сидит «крот». Поиск «крота» привёл людей О’Брайена к журналистам «Medium», причастным к размещению вброса о контактах Кабельо; к ним было сделано несколько разведподходов с целью выяснить, не проплатила ли эту публикацию «русская разведка».

7 октября 2019 г. на сайте «Medium» появляется статья: «Andrei Manoilo: No es cierto que los rusos tengamos informantes internos en la CIA, al menos no

³² См.: п. 5.2. Вирусные технологии и «эпидемии» каскадного типа на примере операции по разоблачению агента влияния ЦРУ, бывшего вице-президента Венесуэлы Диосдадо Кабельо 17–21/08/2019. В кн.: Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. [7].

³³ См.: п. 5.3. Продолжение «дела Диосдадо Кабельо»: поиск «крота». В кн.: Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. [7].

por ahora) («Андрей Манойло: Неправда, что у русских есть свои информаторы в ЦРУ, по крайней мере, сейчас»³⁴), в которой Манойло, отвечая на прямой вопрос об источниках информации о связях Д. Кабельо с американской разведкой, категорически опроверг версию о том, что все материалы о Кабельо он получил от «собственного информатора в окружении директора ЦРУ или директора национальной разведки». Ответ Манойло вынесли в заголовок интервью; когда статью увидели латиноамериканские журналисты и обозреватели, они перепечатали её как сенсационное признание от первого лица, но тут же потеряли приставку «No» (в самом начале заголовка «No es cierto...»). В результате категорическое отрицание превратилось в утверждение («у русских есть свой источник в ЦРУ»), которое, по-видимому, окончательно убедило американских разведчиков, что русский «крот» – не выдумка; он действительно существует (рис. 12).



Рис. 12 / Fig. 12. «Поиск русского крота» в октябре 2019 г. / "Search for a Russian mole" in October 2019

Опираясь на эти «сведения», Р. О’Брайен провёл в структурах разведсообщества грандиозную «чистку», в результате которой СНБ США, аппарат директора национальной разведки и оперативный директорат ЦРУ покинули несколько десятков сотрудников – в основном специалистов по Латинской Америке и славистов (рис. 12). Был ли среди них русский «крот» – не знает никто.

³⁴ См.: Andrei Manoilo (Andrey Manoylo): No es cierto que los rusos tengamos informantes internos en la CIA, al menos no por ahora // Medium: [сайт]. 2019. October 7. URL: <https://vicentequintero.medium.com/andrei-manoilo-no-es-cierto-que-los-rusos-tengamos-informantes-internos-en-la-cia-y-la-casa-blanca-8b6c6b78bc85> (дата обращения: 10.04.2021).

Ещё одним примером операции прямого действия является оперативная комбинация, связанная с находкой той самой «русской методички», о которой говорила Сьюзан Райс 31 мая 2020 г. в эфире CNN³⁵.

В свою очередь, хорошим примером операции по отвлечению на «негодный объект» может служить информационная операция, проведённая 23–25 октября 2019 г. в Донецке³⁶. Операция интересна тем, что использованный в ней (для отвлечения внимания от истинной цели визита) первоначальный вброс породил четыре волны фейковых новостей, в которых «возможная взаимоувязка миссий» В. Суркова и А. Манойло (прибывших одновременно в Донецк 23 октября 2019 г.) с каждым разом обрастала всё новыми подробностями. Главный же результат этой операции был таков: пока украинские журналисты и спецслужбы занимались конспирологией и дружно гадали, что именно могло заставить Суркова и Манойло «работать вместе», оба визитёра быстро выполнили те задачи, которые перед ними были поставлены, и, не сговариваясь, также одновременно и без помех покинули территорию ДНР. Правда, В. Суркова вскоре после этих событий отправили в отставку, но это уже совсем другая история.

Типичным примером операции класса «бумеранг» (операции возвратного типа) является оперативная комбинация, получившая название «Последнее предупреждение Трампу»; в ходе этой операции советник Президента США по национальной безопасности Р. О'Брайен «из надёжных источников» получил предупреждение о том, что если он и его шеф и дальше будут разворачивать операцию по свержению режима Н. Мадуро в Венесуэле (под прикрытием «международной полицейской антинаркотеррористической операции» против Cartel de los Soles, провозглашённой ими 26 марта 2020 г.), то у них есть все шансы в этом «расследовании» выйти «на самих себя». Так, в ходе операции по разоблачению агента американской разведки в ближайшем окружении Н. Мадуро в 2019 г. («Дело Кабельо») к нам в руки попадала информация о том, что Cartel de los Soles по линии организации поставок кокаина в США очень тесно связан с чиновниками некоторых южных штатов, а через них – и с федеральными чиновниками высокого уровня, возможно, даже входящими в ближайшее окружение тогдашнего Президента США Дональда Трампа. Данная информация была получена в ходе проведения мероприятий по изучению контактов Кабельо (являющегося, по мнению США, главой картеля de los Soles) и на тот момент была оставлена без движения (в рамках проводимой тогда основной операции она прямого интереса не представляла), но теперь в свете новых событий именно она указала на

³⁵ См.: Экс-советник Обамы считает, что протесты в США организованы по «русской методичке» // ТАСС: [сайт]. 2020. 1 июня. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8612639> (дата обращения: 10.04.2021).

³⁶ Подробно о ней можно прочитать в ст. А. В. Манойло «Цепные реакции каскадного типа в современных технологиях вирусного распространения фейковых новостей» [8].

единственное по-настоящему уязвимое место «команды» Трампа: ведь, если Трамп действительно по-настоящему займётся картелем, он обязательно выйдет на кого-нибудь из своих доверенных лиц, замешанных в транзите кокаина из Колумбии в Майями, и это может закончиться катастрофой уже лично для него самого (рис. 13).



Рис. 13 / Fig. 13. Схема операции «Бумеранг» / Operation “Boomerang” scheme

Так или иначе, «антинаркотеррористическая операция», объявленная Трампом против Мадуро в марте 2020 г., так и не началась.

Ещё одним приёмом, довольно эффективно используемым для противодействия информационным операциям и атакам, является т. н. «информационная прививка» – технология нейтрализации эффективности воздействия организаторов психологических операций на конкретные целевые социальные группы и формирования недоверия к информации, содержащейся в такого рода воздействии (рис. 14).

Цель данного приёма – формирование у целевых аудиторий первичного иммунитета к негативным информационным вбросам.

Работает это следующим образом.

1. Предположим, мы знаем, на какую тему оппонент начинает информационную атаку; возможно, он уже сделал первый «информационный укол».

2. В ответ мы доводим до той же целевой аудитории, на которую противник направит своё информационное воздействие, информацию о том, что наш оппонент начинает кампанию по нашей дискредитации: говорим, что сегодня сказал наш оппонент, что он, скорее всего, скажет завтра и в чём затем будет нас обвинять.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПРИВИВКА – ЭТО ...

... технология нейтрализации

эффективности воздействия организаторов психологических операций на конкретные целевые социальные группы и формированию недоверия к информации, содержащейся в такого рода воздействии.

ЦЕЛЬ - формирование у целевых аудиторий первичного иммунитета к негативным информационным вбросам

Все, доверие к информации оппонента подорвано, прививка сработала.



КАК ЭТО РАБОТАЕТ

- 1) Мы знаем, на какую тему оппонент начинает информационную атаку; возможно, он уже сделал первый «информационный укол»;
- 2) ... мы доводим до этой же целевой группы информацию о том, что наш оппонент начинает кампанию по нашей дискредитации и говорим, что **сегодня наш оппонент сказал вот это, завтра он, скорее всего, скажет вот это, а затем он будет обвинять нас вот в этом и вот в том;**
- 3) ... и так доводим обвинения со стороны оппонента в наш адрес до полного абсурда. Как только оппонент начинает второй этап информационной атаки, в подсознании целевой группы «щелкает тумблер»; человек говорит сам себе: **«Я об этом уже знаю от того, кого тут обвиняют».**
- 4) В результате срабатывает принцип последней яркой, эмоциональной и абсурдной информации.

Рис. 14 / Fig. 14. «Информационная прививка»: основные принципы и схема реализации / “Information grafting”: basic principles and implementation scheme

3. ... и так доводим обвинения со стороны оппонента в наш адрес до полного абсурда.

Как только оппонент начинает второй этап информационной атаки, в подсознании целевой группы «щелкает тумблер» – человек говорит сам себе: «Я об этом уже знаю от того, кого тут обвиняют».

4. В результате срабатывает принцип захвата сознания и подсознания человека самой последней, яркой, эмоциональной и абсурдной информацией.

Если всё это произошло, доверие к информации, вбрасываемой оппонентом, будет подорвано – «прививка» сработала.

Хорошим примером применения такого приёма («прививки») к конкретному событию, использованному оппонентами России для начала информационной атаки, может служить «фельетон», опубликованный в ответ на «заявление» The Wall Street Journal о том, что «русские бегут из Венесуэлы» (сделанное 03.06.2019)³⁷. Его содержание (в виде «вымышленного диалога», ведущегося от имени «вымышленных персонажей») с разбором приёмов психологического воздействия, «запрограммированных» в каждой фразе и последовательно изменяющих (модифицирующих) отношение читательской аудитории к инциденту, описанному WSJ, представлено на рисунке 15.

³⁷ См.: In a Blow to Maduro, Russia Withdraws Key Defense Support to Venezuela. Russia has been one of Maduro's major supporters in its standoff with the U.S. // The Wall Street Journal: [сайт]. 2020. June 3. URL: <https://www.wsj.com/articles/in-a-blow-to-maduro-russia-withdraws-key-defense-support-to-venezuela-11559486826> (дата обращения: 20.11.2020).

ПРИВИВКА. «ВЫВОД ЧАСТНИКОВ ИЗ ВЕНЕСУЭЛЫ»: КАК ЭТО, ВОЗМОЖНО, ВЫГЛЯДЕЛО СО СТОРОНЫ КАК БЫТЬ НА ШАГ ВПЕРЕДИ ПРОТИВНИКА

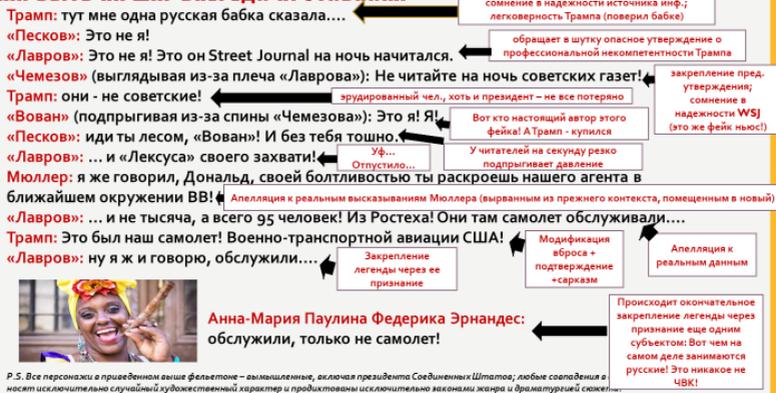


Рис. 15 / Fig. 15. «Информационная прививка» / “Information vaccination”

К сожалению, все указанные выше примеры информационных контролераций, несмотря на их успешность, являются в современной российской практике явлениями единичными и не могут заменить собой систему информационного противодействия (которая есть у США и которой нет у нас в России). К сожалению, на системные действия США Россия отвечает практикой запаздывающих импровизаций³⁸.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ КЕЙСЫ И МЕТОДЫ

13 октября 2020 г. в российском издании «Народные Новости» (www.nation-news.ru) появилось сообщение о том, что супругу оппозиционера Алексея Навального Юлию могли завербовать разведки США и Великобритании как «ещё одно лицо, контролирующее работу Навального»³⁹. Об этом в интервью изданию заявил А. Манойло. Он также отметил, что Ю. Навальная, вероятно, – «ещё один источник информации о том, что делает Навальный, как он выполняет задания спецслужб»⁴⁰.

Спустя двое суток после этого вброса – 15 октября – А. Навальный отреагировал – в своём аккаунте в Facebook он заявил, что давно об этом дога-

³⁸ См.: Триггеры информационной схватки // Независимое военное обозрение: [сайт]. 2020. 12 нояб. URL: https://nvo.ng.ru/nvo/2020-11-12/1_1117_triggers.html (дата обращения: 10.04.2021).

³⁹ См.: Экс-сотрудник спецслужб РФ Манойло: Запад мог завербовать жену Навального. // Nation News: [сайт]. 2020. 13 окт. URL: <https://nation-news.ru/563995-eks-sotrudnik-specsluzhb-rf-manoilo-zapad-mog-zaverbovat-zhenu-navalnogo> (дата обращения: 10.04.2021).

⁴⁰ См.: Экс-сотрудник спецслужб РФ Манойло: Запад мог завербовать жену Навального. // Nation News: [сайт]. 2020. 13 окт. URL: <https://nation-news.ru/563995-eks-sotrudnik-specsluzhb-rf-manoilo-zapad-mog-zaverbovat-zhenu-navalnogo> (дата обращения: 10.04.2021).

дывался: «Я так и знал. Первый раз, кстати, заподозрил неладное, когда Юлия пришла домой в бейсболке CIA с парашютом, волочащимся за спиной, рацией и двумя блоками жевательной резинки “Дональд Дак” (с вкладышами)» (рис. 16)⁴¹.



Рис. 16 / Fig. 16. А. Навальный о вербовке своей жены Юлии иностранными спецслужбами: «Я так и знал» / A. Navalny on the recruitment of his wife Yulia by foreign special services: “I knew it”

По данному ироничному комментарию видно, что А. Навального этот вброс зацепил (хотя и не должен был – мало ли что о нём пишут; «Народные Новости» не самое читаемое издание). Тем не менее он ответил, причём в качестве метода противодействия выбрал сарказм. И сам себя загнал в ловушку: как отчётливо показала история с 2 т кокаина, помеченными символикой «Единой России», и «догоняющим» комментарием Е. Ревенко, сарказм и троллинг – не лучший способ отбить атаку, так как после перенесения текста заявления на бумагу эмоции, сопровождающие это заявление (и подчёркивающие то, как именно к нему надо относиться), полностью теряются (в самом деле, не станешь же использовать для передачи саркастического настроения Е. Ревенко «смайлики»). В результате сделанное таким образом шутивное

⁴¹ См.: «Я так и знал». Навальный прокомментировал заявление о том, что его жена – агент западных спецслужб // Гордон: [сайт]. 2020. 15 окт. URL: <https://gordonua.com/news/worldnews/ya-tak-i-znal-navalnyy-prokomentiroval-zayavlenie-o-tom-chto-ego-zhena-agent-zapadnyh-specsluzhb-1523071.html> (дата обращения: 10.04.2021).

признание «троллем»-заявителем своей «вины» превращается в признание вины настоящее. Именно это случилось и с Навальным: аудитория решила, что он действительно «признался во всём». В итоге вместо того, чтобы разрешить ситуацию, он её окончательно утопил (точно так же, как это сделал Е. Ревенко, «шутливо» признав, что маркировка перехваченного в Генте кокаина символикой «Единой России» – это её «минута славы»).

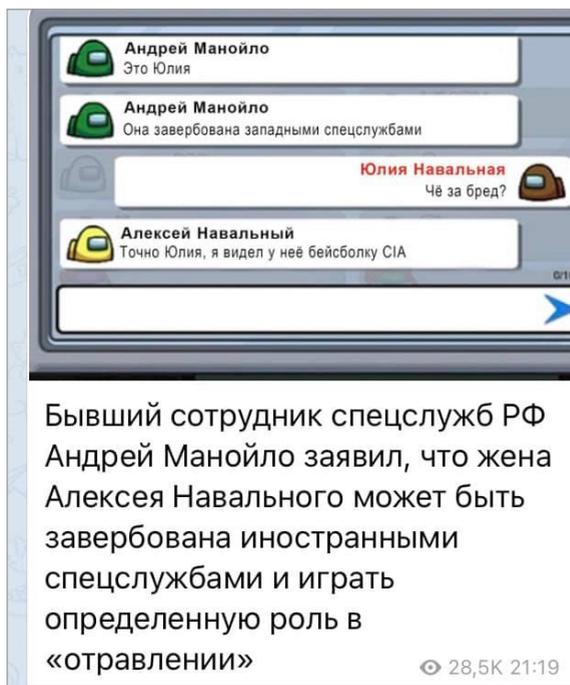


Рис. 17 / Fig. 17. Мем из интернета, отражающий реакцию сетевой аудитории на «шутливое» признание А. Навального / Meme from the Internet, reflecting the reaction of the network audience to the “playful” confession of A. Navalny

Подтверждением того, что шутливое признание А. Навального значительной частью аудитории было воспринято как настоящее, стало множество мемов на тему «Я так и знал». Один из таких мемов представлен на рисунке 17: за сутки его просмотрели более 28 тыс. человек.

В этот самый момент А. Навального надо было «ловить на слове» и запускать информационную волну из публикаций с заголовками примерно следующего содержания: «Навальный признал, что его жена ходит по дому с парашютом» (и никогда с ним не расстанется) – пусть оправдывается.

ДИСКУССИИ (ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ)

Несмотря на довольно большой накопленный опыт информационных операций, в научном сообществе такое явление, как информационная война, продолжает оставаться дискуссионным. Одним из главных пунктов этой дискуссии является признание (или непризнание) информационных войн одним из видов современной войны.

С одной стороны, есть понимание того, что информационные войны – это исключительно опасное явление [3]; вызываемые ими международные скандалы и кризисы могут приводить к существенным сдвигам в политиче-

ской жизни государств (например, «Дело об отравлении Скрипалей»). Как следствие, военные ведомства и разведки многих стран мира создают свои «силы (войска) информационных операций». Есть такие подразделения и в Министерстве обороны России.

С другой стороны, война всегда сопровождается большим количеством реальных жертв и разрушений [2]; её цель – военное поражение противника, осуществляемое, в том числе, путём его физического уничтожения. В информационной войне тоже есть своё оружие – информационное, которое тоже должно уничтожать (поражать живую силу противника), причём в значительных масштабах. Однако именно здесь и появляется первая проблема: в современных информационных войнах гибнет мало народа. Так, в «Панамском досье» и «Допинговом скандале с WADA» не погиб ни один человек; в самой «ужасной» (за всю историю ведения информационных войн) операции «Дело об отравлении Скрипалей» оба Скрипаля в итоге выжили. Однако, даже если бы они погибли, их смерть наступила бы не от «деструктивного информационного воздействия», а от яда. Т. е. их попытались убить не словом, а вполне традиционным смертельным средством. Таким образом, если в ходе информационного противостояния никто не гибнет, может ли это считаться войной?

Конкретным ущербом, намеченным противнику, могут похвастаться лишь кибероперации – они могут изменить траекторию полёта ракет, породить блэкаут или техногенную катастрофу с реальными жертвами. Однако факт существования кибернетического оружия (диверсионных вредоносных программ) не вызывает столько эмоций и критики, как вопрос об оружии информационном. Более того, в концепциях национальной безопасности США и РФ нанесение внезапного киберудара может быть приравнено к объявлению войны, со всеми вытекающими последствиями (т. е. кибератаки могут спровоцировать прямой вооружённый конфликт даже между ядерными державами, что делает их чрезвычайно опасными и в мирное время). Но кибератаки, преимущественно воздействующие на технические системы, не преследуют цели управления психикой человека (его сознанием и подсознанием), что отодвигает их на периферию эволюции информационных средств управления высокоразвитыми биологическими организмами.

Вызывает сомнение и действенность информационных войн как инструмента силового подчинения противника: так, ни одна страна мира ещё не была завоёвана или хотя бы «поставлена на колени» только путём применения технологий информационной войны и информационного оружия. Правда, этим не может похвастаться и другая альтернатива силового принуждения – «мягкая», «умная» сила [10]. В качестве примера, опровергающего данный тезис, одни вспоминают троянского коня, а другие напоминают о массовом психозе, вызванном пандемией коронавируса, в создание которого большой вклад внесли именно СМИ, сделавшие из новой модификации вируса сенсацию. Но это всё равно выглядит неубедительно.

Серьёзную проблему составляет и то, что многие российские учёные в понимании информационных войн прочно «застряли» на разных уровнях погружения в указанную проблематику, не желая «погружаться» дальше. Это, в свою очередь, ведёт к тому, что в дискуссиях они начинают яростно отстаивать свои, сформировавшиеся много лет назад, устойчивые представления об информационных войнах, часто весьма поверхностные. При этом к реальной (особенно новейшей) практике информационных операций обращаются единицы – даже несмотря на то, что именно практика является главным критерием подтверждения любой теории. Значительная часть исследователей предпочитает «постигать» сущность информационных войн, генерируя для их «познания» новые «смыслы». Так появляются разного рода «смысловые войны»⁴², «ментальные войны», «войны памяти» и т. д. Вреда науке подобное понятийное излишество не приносит, также как и пользы, ведь умножение сущностей, согласно Ф. Бэкону, является признаком непонимания происходящего.

Разрыв между теорией и практикой в области информационных войн сегодня особенно бросается в глаза. Более того, создаётся устойчивое впечатление, что теория живёт отдельно, практика (в виде «Скрипалей», «Аргентинского кокаинового дела», «Панамского досье») – отдельно, и они не мешают друг другу, поскольку никак и нигде не пересекаются. В этом и заключается основная причина торможения развития отечественной школы исследования информационных войн: любые новые идеи, даже подтверждаемые конкретной практикой, блокируются представлениями «чистой» науки, никогда не бывавшими на «передовой» информационных войн.

С нашей точки зрения, избавиться от расплывчатости в толковании понятия «информационная война» можно, договорившись об определении данного феномена как особого вида вооружённого конфликта, обладающего двумя отличительными признаками: во-первых, информационными операциями как особой формой ведения боевых действий и, во-вторых, применением информационного оружия. Это предельно конкретизирует предмет изучения и оставит разного рода сущности вроде «войн смыслов» за рамками рассмотрения. Однако это станет возможным только в том случае, если удастся снять целый ряд описанных выше противоречий (в том числе в факте самого существования такого вида оружия, как информационное), допускающих отнесение информационных войн к современным войнам лишь условно – с определёнными допущениями.

⁴² См.: Смысловые войны XXI века. Интервью с Г. Почепцовым [Электронный ресурс] // Независимое военное обозрение. 2013. 24 сент. URL: https://www.ng.ru/scenario/2013-09-24/9_wars_xxi.html (дата обращения: 10.04.2021).

ЛИТЕРАТУРА

1. Бурцева С. Б. Анализ атаки на «мягкую силу» в условиях информационной операции // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2020. № 4. URL: <https://vestnik-mgou.ru> (дата обращения: 10.04.2021). DOI: 10.18384/2224-0209-2020-4-1038.
2. Кокوشин А. А. Вопросы прикладной теории войны. 2-е изд. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. 227 с.
3. Лиддл Гарт Б. Стратегия не прямых действий / пер. с англ. М.: Астрель, 2012. 508 с.
4. Манойло А. В. Фейковые новости как угроза национальной безопасности и инструмент информационного управления // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2019. № 2. С. 41–42.
5. Манойло А. В. Цепные реакции каскадного типа в современных технологиях вирусного распространения фейковых новостей // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2020. № 3. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 10.04.2021). DOI: 10.18384/2224-0209-2020-3-1027.
6. Манойло А. В. Современная практика информационных войн и психологических операций. Вирусные технологии и «эпидемии» каскадного типа на примере операции по разоблачению агента влияния ЦРУ, бывшего вице-президента Венесуэлы Диосдадо Кабельо 17–21/08/2019 // Национална сигурност (Nacionalna sigurnost): [сайт]. 2019. № 3. URL: <https://nacionalna-sigurnost.bg/broi-3> (дата обращения: 10.04.2021).
7. Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Горячая линия-Телеком, 2020. 636 с.
8. Манойло А. В., Стригунов К. С. Операция Гедеон: успех венесуэльских или американских спецслужб? // Международная жизнь. 2020. № 11. С. 64–79.
9. Knake R. The Next Cyber Battleground. Defending the U. S. Power Grid from Russian Hackers // Foreign Affairs: [сайт]. 2018. July 19. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/north-america/2018-07-19/next-cyber-battleground> (дата обращения: 10.04.2021).
10. Nye J. S. Soft Power. The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004. 191 p.
11. Rivas J. A. The life history of the green anaconda (*Eunectes murinus*), with emphasis on its reproductive biology: D. thesis in Philosophical sciences. Knoxville, Tennessee, 2000. 155 p.

REFERENCES:

1. Burceva S. B. [Analysis of the attack on Russia's Soft power in the context of information operation]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2020, no. 4. Available at: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 10.04.2021). DOI: 10.18384 / 2224-0209-2020-4-1038.
2. Kokoshin A. A. *Voprosy prikladnoi teorii voyny* [Questions of the applied theory of war]. Moscow, Publishing House of the Higher School of Economics, 2019. 227 p.

3. Liddel Hart B. Strategy The Indirect Approach (Russ. ed.: *Strategiya nepryamykh deistvii*. Moscow, Astrel Publ., 2012. 508 p.).
4. Manoilo A. V. Fake news as a threat to national security and an information management tool]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12: Politicheskie nauki* [MSU Vestnik. Series 12: Political Science], 2019, no. 2, pp. 41–42.
5. Manoilo A. V. [Cascade chain reactions in modern technologies of viral spread of “fake news”]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2020, no. 3. Available at: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 10.04.2021). DOI: 10.18384/2224-0209-2020-3-1027.
6. Manoilo A. V. [Modern practice of information warfare and psychological operations. Viral technologies and “epidemics” of a cascade type on the example of the operation to expose the CIA agent of influence, the former Vice-President of Venezuela Diosdado Cabello 17–21/08/2019]. In: *Nacionalnaya sigurnost (Nacionalna sigurnost)*, 2019, no. 3. Available at: <https://nacionalna-sigurnost.bg/broi-3> (accessed: 10.04.2021).
7. Manoilo A. V., Petrenko A. I., Frolov D. B. *Gosudarstvennaya informatsionnaya politika v usloviyakh informatsionno-psikhologicheskoi voyny* [State information policy in the context of information and psychological war]. Moscow, Hotline-Telecom Publ., 2020. 636 p.
8. Manoilo A. V., Strigunov K. S. [Operation Gideon: the success of the Venezuelan or American intelligence services?]. In: *Mezhdunarodnaya zhizn'* [International affairs], 2020, no. 11, pp. 64–79.
9. Knake R. The Next Cyber Battleground. Defending the U. S. Power Grid from Russian Hackers. In: *Foreign Affairs*, 2018, July 19. Available at: <https://www.foreignaffairs.com/articles/north-america/2018-07-19/next-cyber-battleground> (accessed: 10.04.2021).
10. Nye J. S. *Soft Power. The Means to Success in World Politics*. New York, Public Affairs, 2004. 191 p.
11. Rivas J. A. *The life history of the green anaconda (Eunectes murinus), with emphasis on its reproductive biology: D. thesis in Philosophical sciences*. Knoxville, Tennessee, 2000. 155 p.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 11.04.2021

Статья размещена на сайте: 22.06.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Маноило Андрей Викторович – доктор политических наук, ведущий научный сотрудник отдела Европы и Америки ЦНИИ глобальных и региональных проблем Института научной информации по общественным наукам РАН, профессор кафедры российской политики Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова; e-mail: syberhurricane@yandex.ru

Andrey V. Manoilo – Dr. Sci. (Political Science), Leading Researcher, Department of Europe and America, Central Research Institute of Global and Regional Problems, Institute of Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences, Professor at the Department of Russian Politics, Lomonosov Moscow State University; e-mail: cyberhurricane@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Манойло А. В. Информационная война и новая политическая реальность: Ч. II // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru.

Manoilo A. V. Information warfare and new political reality : Pt. II. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru.

УДК 32:316.64

Шмелева О. Ю.*Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского
603950, г. Нижний Новгород, проспект Гагарина, д. 23, Российская Федерация*

ПАНДЕМИЯ COVID-19 И ВОСПРИЯТИЕ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖЬЮ (НА МАТЕРИАЛЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

АННОТАЦИЯ

Цель. Изучение влияния пандемии коронавируса на перцепцию современного российского государства молодёжью.

Процедура и методы. Выводы статьи основаны на результатах онлайн-опроса, проведённого нами среди молодёжи г. Н. Новгорода; материалах экспертной панели «Коронакризис: социальные и политические аспекты пандемии», одним из участников которой являлся автор. Методологическим инструментом систематизации и структуризации эмпирических данных стали ценностные теории М. Рокича, Ш. Шварца. Исследован фокус восприятия современного государства в период пандемии, ситуативные особенности перцепции государства молодёжью, актуальные проблемы, проецирующиеся на восприятие государства, сформирована матрица запросов и ожиданий изучаемой социальной группы.

Результаты. Выявлена константность, неоднородность ценностной картины мира молодёжи, представленной витальными, материалистическими, идеологическими ценностями, внутренняя рассогласованность запросов, ожиданий от государства и сложившихся в результате практической деятельности представлений об изучаемом объекте, имеющих различные коннотации (эмоциональные, оценочные) и маркировку в сознании молодёжи. Отмечено сохранение устойчивого проблемного поля, критического фона перцепции, скептицизма и недоверия в молодёжной среде, являющегося серьёзным вызовом российской власти.

Теоретическая и практическая значимость. Обобщённый в статье новый эмпирический материал, выявленные ценности, запросы молодёжи, позволили обнаружить риски, противоречия восприятия политики; сформулировать практические рекомендации и предложения, направленные на совершенствование молодёжной политики в РФ, коммуникативной стратегии действующей власти.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

перцепция, образ государства, политическое сознание, политические ценности, политическая картина мира, пандемия коронавируса, коронакризис, константность восприятия

СТРУКТУРА

Введение

Теоретико-методологические основания исследования проблемы

Результаты исследования

Обсуждение

Заключение

O. Shmeleva

*Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod
23 prospect Gagarina, Nizhny Novgorod 603950, Russian Federation*

COVID-19 PANDEMIC AND PERCEPTION OF THE MODERN STATE BY RUSSIAN YOUTH (BASED ON DATA FROM THE NIZHNY NOVGOROD REGION)

ABSTRACT

Aim. To study the impact of the coronavirus pandemic on the perception of the present-day Russian state by young people.

Methodology. Conclusions of the article are based on the results of an online survey we conducted among young people of Nizhny Novgorod, materials of the expert panel «Coronacrisis: social and political aspects of the pandemic», which the author participated in. The value theories of M. Rokich and Sh. Schwartz have become a methodological tool for systematizing and structuring empirical data. The article investigates the focus of perception of the modern state during a pandemic, the situational features of the young people's perception of the state, identifies subjective risks, current problems projected onto the perception of the state, forms a matrix of demands and expectations of the studied social group.

Results. The study showed the constancy, heterogeneity of the value picture of the world of youth, which is represented by vital, materialistic, ideological values. It also revealed an internal discrepancy between requests, expectations from the state and the ideas about the object under study that have developed as a result of practical activity, which have different connotations (emotional, evaluative) and labeling in the minds of young people. The preservation of a stable problem field, a critical background of perception, skepticism and mistrust in the youth environment, which is a serious challenge to the Russian government, is noted.

Research implications. The new empirical material summarized in the article, the identified values, the needs of young people, made it possible to identify risks, contradictions in the perception of politics; to formulate practical recommendations and proposals aimed at improving the youth policy in the Russian Federation, the communication strategy of the current government.

KEYWORDS

perception, image of the state, political consciousness, political values, political picture of the world, pandemic of coronavirus, coronavirus crisis, constancy of perception

ВВЕДЕНИЕ

Процесс восприятия государства в значительной степени обусловлен влиянием ситуативных факторов, наполняющих образ новыми когнитивными смыслами, ведущим из которых на современном этапе стала пандемия коронавируса. Очередной глобальный вызов повлек за собой изменения во всех сферах жизни общества, в том числе способствовал пересмотру критериев оценки эффективности, политической состоятельности, внутренней прочности современных государств, политических режимов; выявил актуальные проблемы функционирования политических институтов, сильные и

слабые сторонних деятельности в социальной сфере, в области коммуникации, цифровизации др.

Субъективная сторона механизма воздействия пандемии на восприятие государства связана с ревизией ценностных оснований восприятия политики, запросов, ожиданий, требований, предъявляемых к государству; распространением страхов, психозов, паники, питающих почву для роста манипулятивных возможностей управления массовым сознанием. Вектор изменений обусловлен выдвиганием безопасности в качестве приоритетной ценности, снижением значимости свобод и «обменом свобод граждан на безопасность», с «трансформацией общества потребления в общество безопасности» [3, с. 31]. Под влиянием коронакризиса усиливается критика «либерально-демократического мейнстрима» как средства формирования мифа «о наибольшей конкурентоспособности политических систем, где сохранился потенциал «ручного управления» [3, с. 58].

Пандемия стала своеобразной «точкой бифуркации» [3, с. 2] в условиях современной конъюнктуры. В совокупности с другими вызовами (глобализацией, цифровизацией и сетевизацией, сокращением исторических циклов и пр.) сложившаяся ситуация увеличила вероятность появления новых рисков – «глобальной и региональной неустойчивости», усиления авторитарных тенденций в государственном управлении, «деструктивного информационно-психологического воздействия» и др., неопределённость и непредсказуемость дальнейшего общественно-политического развития.

Вышеназванные обстоятельства дают толчок новому витку научного дискурса, связанного с изучением факторов риска в условиях пандемии; перспектив, сценариев развития мирового сообщества в посткризисный период [3]. Интенции учёных направлены также на анализ психологических и поведенческих последствий ограничительных мер для социума (импульсивность, агрессивность и др.) [6; 12]; феномена «рискованного поведения» [8, с. 344]. Психологические особенности и закономерности поведения личности в условиях пандемии коронавируса раскрываются через призму понятий «рискованное поведение», «саморепрезентация», «социальное приятие/неприятие» [7, с. 161]. Условием минимизации поведенческих рисков, импульсивности людей учёные называют «социальное признание», «самоутверждение граждан через участие», «межличностные взаимодействия» [5], эффективную коммуникацию между властью и обществом, позволяющую гражданам «чувствовать себя более уверенными в себе и тем самым проявлять менее рискованное поведение» [7, с. 158].

Специфика современной конъюнктуры, связанная с масштабными изменениями социально-политической реальности, нарастанием панических настроений, тревожности в обществе актуализирует потребность изучения влияния коронакризиса на субъективное пространство политики, ценностных трансформаций в массовом сознании, фокуса восприятия государства в

период пандемии, анализ которых представлен в данной статье. Интерес представляет, прежде всего, молодёжный сегмент, учитывая его креативность, восприимчивость ко всему новому, его высокую мобильность, социальную, коммуникативную активность. Целью статьи стало исследование совокупности политических представлений, запросов, ожиданий, ценностей, складывающихся в условиях коронакризиса в массовом сознании молодёжи, их проекций на процесс восприятия государства данной социальной группой.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ

Методологическим основанием для достижения поставленной цели стала факторная теория, разрабатываемая научной школой Е. Б. Шестопал, в рамках которой образ интерпретируется как результат воздействия совокупности факторов – «объектных, субъектных, пространственных, темпоральных, политического контекста» [1, с. 44–45]. Кроме того, раскрытие обозначенной научной проблемы может быть фундировано на базе ценностных теорий М. Рокича, Ш. Шварца, основные положения которых позволили репрезентировать и структурировать выявленные ценности в иерархическом порядке [9; 10], дифференцированно подойти к анализу ценностной картины мира молодёжи. Важной для понимания логики формирования образа предмета стала идея мотивационной природы ценностей («мотивационных смыслов»), основанных на «базовых условиях человеческого существования» [10, с. 22; 11].

Сфокусировать внимание при изучении политической картины мира молодёжи, ценностных изменений, эволюции структурно-содержательных элементов образа государства в докризисный период и период пандемии позволил метод наблюдения за индикаторами. В числе *основных индикаторов* были выделены – эмоционально-психологический фон перцепции; актуальные проблемы, волнующие респондентов; образ-Я, саморепрезентация, самоощущение молодёжи в кризисной ситуации; политические ценности, запросы, ожидания, когнитивные компоненты, оценки, связанные с деятельностью государства в период коронакризиса.

Эмпирическую основу статьи составили материалы онлайн-анкетирования граждан в возрасте от 18 до 30 лет, проведённого в период с 16–30 июня 2020 г., проживающих на территории Нижегородской области¹, а также результаты экспертной онлайн-панели, состоявшейся 02 июня 2020 г. и объединившей 30 экспертов из 15 регионов страны, включая автора данной статьи. Структура анкеты и её тематические блоки релевантны поставленной в научной работе цели: позволяют раскрыть политическую картину мира молодёжи, ценностные основания эволюции образа государства, характер изменений в системе ценностей, представлений, мотивов молодёжи по сравнению с докризисным периодом, выявить запросы, ожидания данной социальной группы от государства в условиях пандемии.

¹ Выборка исследования составила 356 человек.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалы прикладного исследования свидетельствуют о высокой степени заинтересованности молодёжи Нижегородского региона темой пандемии коронавируса: 55% участников опроса ежедневно следили за развитием обстановки в стране, 41% – в регионе, 32% – в мире; периодически осуществляли мониторинг ситуации соответственно – 44%, 62% и 49% респондентов. Лишь незначительный процент опрошенных оказался индифферентным к событиям, связанным с коронакризисом. Данный факт указывает на определяющую роль пандемии в системе ситуативных факторов, воздействующих на субъективное пространство политики, процесс восприятия политических объектов.

Проведённый онлайн-опрос выявил круг актуальных для современной российской молодёжи проблем. Наиболее значимыми для 82,8% опрошенных в условиях распространения COVID-19 оказались проблемы социально-экономического характера. В их числе – безработица/угроза потери рабочих мест, сокращение доходов, рост цен. 49,5% участников анкетирования отметили трудности, вызванные ограничением свободы и мобильности, 17,2% – сложности, связанные с освоением дистанционных форм обучения (Zoom, Moodle и пр.). Полный спектр проблем представлен на рисунке 1.



Рис. 1 / Fig. 1. Актуальные для молодёжи проблемы в период пандемии коронавируса / Actual problems for young people in a pandemic

Источник: данные онлайн-опроса, проведённого автором в июне 2020 г. среди молодёжи Нижегородского региона

Коронакризис и связанные с ним неблагоприятные последствия стали причиной депрессивного состояния молодёжи, раскрывающегося через такие характеристики, как «подавленность/угнетённость» (40,4%), «брошенность и безразличие со стороны власти» (43,4%), «тревожность» (40,4%), «злость» (25,3%), «страх» (17,2%). Только 8,1% опрошенных сохраняли оптимизм в сложившейся ситуации, 33,3% устали бояться, а 23% интерпретировали своё самоощущение как «индифферентное». Фиксируемый в материалах онлайн-опроса уровень тревожности в регионе, измеряемый по 10-ти балльной шкале (от нуля (докризисный уровень) до 10 (максимальный уровень тревожности)), в среднестатистических значениях оказался выше в сравнении с данными по другим субъектам РФ². При этом оценки уровня тревожности нижегородцами распределились неравномерно: 20,7% определяли его в 6 баллов, 18,4% – в 7 баллов, 16% – в три балла. В числе страхов, которые в первую очередь испытывала нижегородская молодёжь, – тревога за своих близких (68,7%), опасения по поводу ограничения прав и свобод россиян (50,5%), страх усиления авторитарных мер и ручного управления в государстве (47,1%).

Эмоционально-психологический фон восприятия и социальное самочувствие молодёжи раскрывается также через «образ-Я», систему представлений индивида о его месте и роли во взаимоотношениях с государственными структурами, проливающих свет на особенности перцепции политических объектов. Самовосприятие изучаемой социальной группы летом 2020 г. характеризовалось ощущением *забытости* («брошенности») *властью*: 60,6% опрошенных не испытывали проявления заботы, поддержки со стороны государства, 15,2% ощущали её в незначительной степени, 7,1% – в полной мере и 17,2% затруднились с ответом. Одной из причин подобных настроений молодёжи стал адресный подход к оказанию социальной помощи отдельным категориям граждан в период пандемии, по итогам реализации которого абсолютное большинство (86,9%) участников опроса лично не коснулись меры социальной поддержки, помощи со стороны государства (материальная, продовольственная помощь, льготы).

Другой аспект «образа-Я» современной российской молодёжи связан с её консолидированным мнением об *отсутствии диалога между властью и обществом*. Применительно к федеральным структурам отсутствие диалога отметили 37% опрошенных, к региональным – 26%, муниципальным – 37%. Данная оценочная категория конкретизируется и дополняется иными харак-

² Коронакризис: молодёжь и власть – недоверие непонимание. Результаты экспертной онлайн-панели по общероссийскому опросу ВЦИОМ (9 волна). Вып. 6. 5 июня 2020 г. М., 2020. 40 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://club-rf.ru/images/files/5eda0f8985870.pdf> (дата обращения: 13.09.2020).

теристиками политической коммуникации в РФ, связанными с «взаимным недопониманием» и «недостаточной информированностью» молодёжи и населения в целом в период пандемии. С последней сталкивался почти каждый пятый нижегородец в возрасте 18–30 лет. Ещё одна особенность коммуникации, выделенная респондентами, – «сведение её к “ограничительным, просветительским мерам”». Подобную характеристику применительно к федеральной власти констатировали 29% участников анкетирования, к региональной – 19%, муниципальной – 21%.

Расширяют систему оценочных суждений о государстве также высказывания молодёжи о степени его ответственности, состоятельности в форс-мажорной обстановке. Почти половина респондентов (45,5%) сочли иницируемые федеральной властью меры популистскими, 42,2% – отличающимися PR-характером; 15,5% – несправедливыми применительно к данному сегменту. 26,1% опрошенных полагали, что социальная ответственность не всегда соотносится с реальностью. Только 6,8% участников анкетирования рассматривали принимаемые государством действия социального, экономического характера как проявление ответственного отношения властей к гражданам (18,2% – затруднились с ответом). Важно отметить, что оценки политики государства дифференцировались по ряду параметров, прежде всего, по уровням власти. Данный тезис наглядно отражает рисунок 2. В большей степени восприятие инициатив чиновников как PR-акций, мер популистского характера свойственно федеральным структурам. Схожий расклад прослеживается в оценках действий властей как сопряжённых с формализмом и бюрократией.

Позитивные аспекты деятельности государства (удачные кейсы) в период пандемии связывались молодыми людьми с расширением каналов коммуникации, выходом власти (преимущественно региональной) в социальные сети, широким использованием цифровых технологий (ресурс «Карта жителя Нижегородской области», портал контроля реализации поручений губернатора и др.). 31% респондентов отметили рост активности региональной власти и лично главы Нижегородской области Г. С. Никитина в социальных сетях, 24% человек – создание ими дополнительных каналов коммуникации на пространстве социальных медиа. Коммуникативная активность федеральной и муниципальной власти в зеркале онлайн-опроса выглядит скромнее: только 15,5% участников опроса выделили данную характеристику применительно к федеральной власти и 20% – к муниципальной.

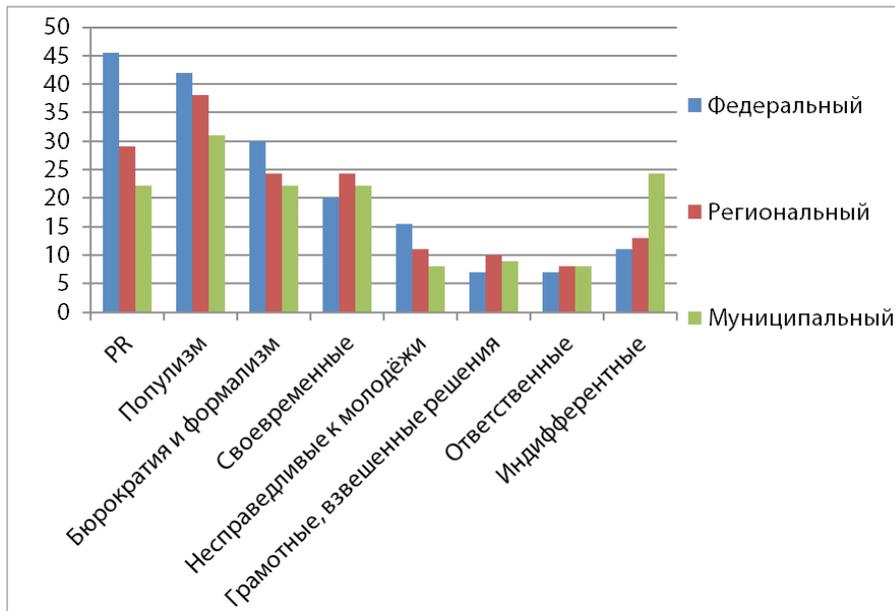


Рис. 2 / Fig. 2. Оценки молодёжью Нижегородского региона действий властей различного уровня в период пандемии коронавируса (%) / Assessments of the actions of the authorities at different levels during the coronavirus pandemic by the youth of the Nizhny Novgorod region (%)

Источник: данные онлайн-опроса, проведённого автором в июне 2020 г. среди молодёжи Нижегородского региона

Сложившаяся под влиянием пандемии мировоззренческая основа восприятия молодёжью РФ современного государства, наряду с оценочными категориями, представлена запросами, ожиданиями, нашедшими отражение в пожеланиях и рекомендациях опрошенных. На основе систематизации и классификации ответов респондентов нами была составлена матрица запросов и ожиданий с распределением их по тематическим группам (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

Матрица запросов, ожиданий молодёжи в период пандемии коронавируса / Matrix of demands, expectations of young people during the coronavirus pandemic

Запросы и ожидания молодёжи							
Коммуникация	Открытость власти для полноформатного диалога, общения	Умение слышать и слушать, учитывать мнение молодёжи	Чуткость к запросам сам и проблемам молодёжи	Умеренный, адекватный контроль в сфере коммуникации	Эффективные каналы коммуникации, их расширение и совершенствование	Взаимоуважение	
Помощь/поддержка	Умение слышать и слушать, учитывать мнение молодёжи	Чуткость к запросам сам и проблемам молодёжи	Умеренный, адекватный контроль в сфере коммуникации	Эффективные каналы коммуникации, их расширение и совершенствование	Взаимоуважение	Адаптация информационной политики к требованиям молодёжи	
Государственные управленческие/политический режим	Честность, заинтересованность в решении проблем граждан, быть ближе к народу	Оперативность в принятии решений, своевременность решений	Расширение полномочий региональной власти	Важен «системный подход, а не работа в одностороннем порядке»	Кадровая ротация (власть — в руки молодых)	Конкретность планов, реализуемых мер, отказ от популизма и абстрактных проектов	Скептические настроения, критические оценки (авторитарный характер власти, оторванность от реальности)
Тематические группы рекомендаций и пожеланий	Стимулирование активности посредством инициирования «интересных» проектов	Направленность на формирование непротивоположного взгляда молодёжи на происходящее в стране и в мире	Доступный спорт	Совершенствование, развитие, выраженные в признании необходимости корректив	Просветительская работа в социальных медиа	Отказ от чрезмерного PR и формализации в сфере молодёжной политики	Совершенствованные содержательные составляющей коммуникативной политики (больше внимания просветительскому направлению)
	Материальная помощь и поддержка в различных проявлениях - содействие в трудоустройстве, создание рабочих мест, снижение стоимости обучения, увеличение бюджетных мест, акции, скидки						«Думать над идеологической составляющей»
	Молодёжная политика						

Источник: Данные прикладных исследований, полученные автором в результате онлайн-опроса (июнь 2020 г.)

31,3% опрошенных молодых людей ждут от современного российского государства справедливых и ответственных решений, 25,3% – обеспечения стабильности и безопасности, 20,2% – помощи, поддержки, социальных гарантий. При этом более половины респондентов (54,5%) не склонны в сложившейся ситуации рассчитывать на государство, работодателя, предпочитая искать поддержки в кругу семьи (родственников), друзей. Значительная часть предложений была связана с совершенствованием сферы коммуникаций, молодёжной политики, изменением порядка оказания помощи и поддержки молодёжи в различных её аспектах и проявлениях (льготы, скидки на обучение, контроль, материальная помощь и пр.). Существенное количество пожеланий касалось системы государственного управления и политического режима. Процентное соотношение тематических групп запросов/пожеланий представлено на рисунке 3.

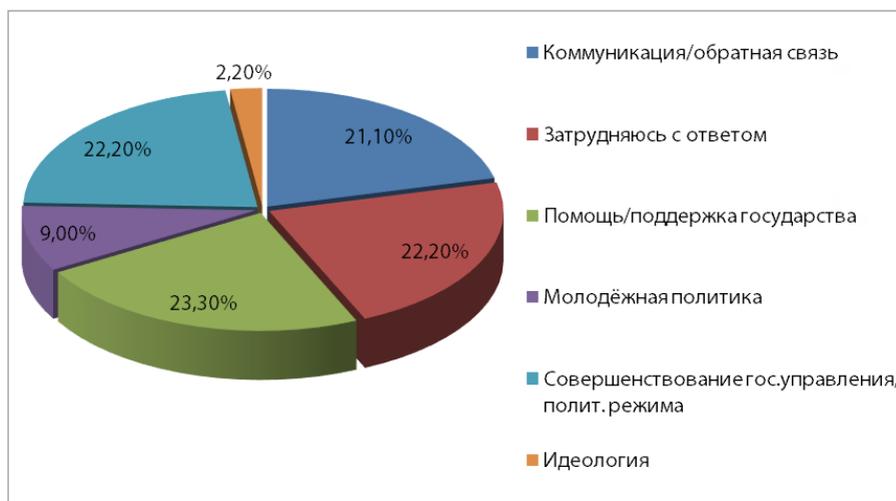


Рис. 3 / Fig. 3. Распределение пожеланий и рекомендаций респондентов по тематическим группам / Distribution of wishes and recommendations of respondents by thematic groups

Источник: Данные онлайн-опроса, проведённого автором в июне 2020 г. среди молодёжи Нижегородского региона

ОБСУЖДЕНИЕ

В зеркале прикладных исследований образ государства, складывающийся в условиях пандемии в сознании изучаемой нами социальной группы, предстаёт сложным в структурном и содержательном отношении феноменом. Последний характеризуется неоднородностью ценностных составляющих, внутренней рассогласованностью ожиданий, запросов от государства и сложившихся в результате практической деятельности представлений об

изучаемом объекте, имеющих различные коннотации (эмоциональные, оценочные) и маркировку в сознании молодёжи. Ожидания, связанные с такими качественными характеристиками государства, как ответственность, заинтересованность в решении проблем населения, открытость для диалога, оперативность в принятии решений, чуткость к запросам общества, поддержка населением др., соседствуют с критическими, скептическими оценками действий государственных структур в сфере социально-экономической политики, коммуникативных практик, алармистскими настроениями, «недоверием», «взаимным недопониманием», претензиями. Вышеперечисленные свойства перцепции позволяют говорить об *амбивалентной природе* существующего в политическом сознании молодёжи образа государства, сложившемся когнитивном диссонансе, фрустрациях.

Факторами возникновения когнитивного диссонанса стали социально-экономические проблемы, «несправедливость мер социальной помощи» и поддержки со стороны государства по отношению к молодёжи в период пандемии, не затронувших или в незначительной степени коснувшихся представителей изучаемой социальной группы, издержки коммуникативной стратегии государства. Последние связывались с отсутствием диалога, ответственных социальных площадок, платформ (в том числе в социальных сетях), с однонаправленным характером коммуникации³, популистской риторикой, чрезмерными PR-действиями властей различного уровня, сведению коммуникации между властью и молодыми людьми преимущественно к теме образования. Вызывают раздражение также «традиционные политические/государственные форматы и институты, не пользующиеся доверием молодёжи». В итоге молодёжь ощущает себя на периферии политического процесса. Усиление критических настроений, раздражения в изучаемом возрастном сегменте психологи объясняют спецификой ситуации (социальная изоляция и пр.), которая стимулировала «поведенческую импульсивность людей, демонстрировала более рискованное поведение в процессе принятия решений», вызывая состояние психологического диссонанса [7, с. 158].

Внутренняя сложность образа обусловлена также неоднородностью его ценностных составляющих. Последние представлены различными группами общественно значимых смыслов, первостепенное значение среди которых принадлежит материалистическим ценностям. В их числе – порядок, справедливость, экономическая стабильность, материальная обеспеченность, доход, работа, безопасность, забота и поддержка со стороны государства, социальные гарантии и пр. Особое место в ценностной иерархии молодёжи (преимущественно в возрастном сегменте 18–23 лет) принадлежит иде-

³ Коронакризис: молодёжь и власть – недоверие непонимание :Результаты экспертной онлайн-панели по общероссийскому опросу ВЦИОМ (9 волна) : Выпуск #6. Москва, 5 июня 2020 [Электронный ресурс]. URL: <http://club-rf.ru/images/files/5eda0f8985870.pdf>(дата обращения: 02.03.2021).

ологическим (либерально-демократическим) ценностям – свободе, закону, запросу на умеренный контроль, открытости для диалога (молодёжь хочет, чтобы власть её слышала, учитывала мнение данной социальной группы). Проведённое нами исследование показало также наличие интереса у нижегородской молодёжи к проблемам государственного управления, политическим событиям в стране; наличие запроса на участие с учётом новых форматов и каналов коммуникации. Вместе с тем, «участие в общественно-политической жизни» и «продвижение по карьерной лестнице» стали наименее значимыми для респондентов, индексы которых подверглись наибольшему снижению за последние годы.

Выявленные структурно-содержательные особенности образа современного государства, связанные с сосуществованием в массовом сознании современной молодёжи традиционных, в том числе патерналистских, этатистских представлений об ожидании от государства поддержки, стабильности, и соседствующие с желанием видеть российское государство современным, готовым к диалогу, демократичным, с элементами индивидуализма (значительное число респондентов склонны полагаться на помощь родственников, друзей, нежели государства и власти, работодателей)⁴, позволяют говорить об *эклeктичности образа* современного российского государства, содержательной особенностью которого является ценностная аномия.

Ценностное ядро образа государства, система представлений о государстве отличаются *устойчивостью в темпоральном измерении*. Ситуация с пандемией коронавируса в целом кардинальным образом не повлияла на структурно-содержательные характеристики образа государства, ценностные основания восприятия изучаемого института. Тезис о *константности восприятия государства* современной молодёжью вытекает из анализа результатов прикладных исследований за разные хронологические отрезки времени. В частности, данные, полученные в 2011–2012 гг. сотрудниками кафедры политической психологии МГУ им. М. В. Ломоносова, позволяют говорить об укоренённости в структуре ценностной картины мира молодёжи материалистических ценностей, ассоциируемых с «высоким уровнем экономического развития» (данное суждение разделяли 59,9% опрошенных), «сохранением порядка в стране» (43,9%), «стабильной экономикой» (37%), «безопасностью» (9,5%), «миром» (14,1%), «справедливостью» (12,4%) [4, с. 133–134, 135]. Значительное количество молодых людей в 2011–2012 гг. определяли свои политические предпочтения в рамках либерально-демократического спектра. Материалы опроса отражают устойчивую актуализированность ценностей «свободы», «прав человека» и «соблюдения законов» среди российской молодёжи [4, с. 132].

⁴ «КоронаКризис»: социальные и экономические аспекты пандемии. Отчёт по результатам 9 волны исследования. Москва, 2020 г. С. 10. 29, 32 [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/doc129658462_554697772?hash=a31224dcd71c346d72 (дата обращения: 02.03.2021).

Можно также констатировать сохранение смежного с докризисным проблемного поля. Детерминирующим фактором восприятия в период коронавируса для различных возрастных групп (включая молодёжь) стали социально-экономические проблемы, усиливающие запрос на меры социальной помощи и поддержки, сохранение социальных гарантий от государства. По данным ВЦИОМ (за период с марта по июнь 2020 г.) в российском обществе «сохраняется ключевая область тревожности – экономические аспекты и проблемы материального обеспечения», опережающие в рейтинге вопросы сохранения здоровья, обеспечения безопасности (53% больше обеспокоены экономическими вопросами, в то время как вопросами безопасности только 35%)⁵. Основными маркерами дестабилизации, согласно данным опроса 22 мая 2020 г., респонденты называли пандемию коронавируса, самоизоляцию, карантинные меры и связанные с ними экономические последствия – безработицу, закрытие предприятий, рост цен, падение зарплаты, низкое материальное положение и уровень жизни. Страхи, вызванные экономическими проблемами, конкурируют только с опасениями потери контроля над ситуацией⁶. Данный факт позволяет говорить о сохранении социальной детерминированности как ключевой тенденции восприятия, воспроизводстве элементов патерналистской модели, в том числе в молодёжном сегменте.

Константность восприятия современного российского государства связана также с сохранением критичного фона перцепции, мироощущения изучаемой возрастной группы, характеризующегося неуверенностью в завтрашнем дне, отсутствием защищённости со стороны закона и государства, перспектив в будущем. В период пандемии спектр психологических состояний российской молодёжи, дополняется повышенной тревожностью, страхами, острым и «болезненным восприятием» ограничительных мер, мобильности, свобод личности (QR-кодов, запретов на посещение общественных территорий и т. п.)⁷. Подобная реакция соответствует ценностным ориентациям молодёжи, инновационных/модернистских, значимости либеральных

⁵ «КоронаКризис»: социальные и экономические аспекты пандемии. Отчёт по результатам 9 волн исследования. Москва, 2020 г. С. 10. 29, 32 [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/doc129658462_554697772?hash=a31224dcd71c346d72 (дата обращения: 02.03.2021).

⁶ Там же.

⁷ Указ Губернатора Нижегородской области № 27 от 13.03.2020 «О введении режима повышенной готовности» [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2020/03/16/nn-ukaz27-reg-dok.html> (дата обращения: 02.03.2021); Указ губернатора Нижегородской области от 30 марта 2020 г. № 43 «О внесении изменений в Указ губернатора Нижегородской области от 13.03.2020 № 27 [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2020/03/30/nn-ukaz43-reg-dok.html> (дата обращения: 02.03.2021); Указ губернатора Нижегородской области № 57 от 11.04.2020 «О внесении изменений в некоторые Указы губернатора Нижегородской области» [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/5200202004110001> (дата обращения: 02.03.2021); Указ губернатора Нижегородской области № 103 от 11.06.2020 «О внесении изменений в указ губернатора Нижегородской области от 13.03.2020 № 27» [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2020/06/11/nn-ukaz103-reg-dok.html> (дата обращения: 02.03.2021).

ценностей в политической картине мира, рассмотренным в отдельной статье автора [2, с. 215].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пандемия коронавируса скорректировала запросы и ожидания российской молодёжи, стимулировала внутренние изменения в ценностной иерархии, связанные с ростом значения безопасности, свобод, при этом кардинально не повлияла на структуру и содержание образа государства, политическую картину мира интересующей нас социальной группы. Таким образом, можно говорить о константности восприятия современного российского государства молодёжью, устойчивости и неоднородности ценностного ядра, представленного витальными, материалистическими, идеологическими ценностями. Выявленные недоверие, скептицизм, критический фон перцепции, негативные настроения молодёжи, усиливаемые действием ситуативных факторов, становятся серьёзным вызовом российской власти. Поэтому эти критические настроения должны стать частью политической повестки, формируемой государством. Коронакризис актуализировал старые и обозначил новые проблемы (издержки коммуникационной стратегии действующей власти, односторонний (чаще информативный) характер традиционных форматов, каналов коммуникации и пр.), выступающие факторами политических рисков в современном политическом процессе РФ.

В рамках достижения позитивного восприятия современного российского государства представляется целесообразной реализация комплекса мер по повышению эффективности каналов коммуникации: апробация новых форматов взаимодействия, создание дополнительных площадок для диалога между властью и молодёжью, в том числе на платформах социальных медиа, выстраивание актуальной информационной повестки.

Учитывая запрос молодёжи на диалог, готовность к взаимодействию с властью, ключевым посылом должно стать формирование стратегического мышления изучаемой возрастной группы на основе позитивно-деятельностного характера взаимодействия, футурологического подхода к определению информационной повестки. Практическим выражением данного сценария может служить совместное обсуждение перспектив развития страны, образа будущего России, социально значимых проектов, конструктивная деятельность в различных сферах общества, отказ от чрезмерного PR.

Необходимо усиление разъяснительной работы среди молодёжи в различных её сегментах, направленной на популяризацию идеи государства как ценности путём апелляции к кризисным (переломным) этапам в истории (событиям Смуты, 1990-х гг. и др.); связанной с раскрытием рисков, угроз основному институту политической системы, в том числе внешних, чреватых дестабилизацией, снижением государственной состоятельности.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Власть и лидеры в восприятии российских граждан. Четверть века наблюдений (1993–2018) / отв. ред. Е. Б. Шестопал. М.: Весь мир, 2019. 656 с.
2. Каминченко Д. И., Шмелева О. Ю. Социальные медиа как инструмент формирования политической картины мира современной молодёжи (на материале Нижегородского региона) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия. Социология. Политология. 2020. Т. 20. № 2. С. 212–218.
3. Пандемия COVID-19: конецпривычного мира? / А. В. Абрамов, В. Э. Багдасарян, С. О. Бышок, С. В. Володенков, Д. Г. Евстафьев, В. Г. Егоров, Н. А. Комлева, Н. С. Крамаренко, А. В. Манойло, О. М. Михайлёнок, А. И. Петренко, В. Ф. Прокофьев // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2020. № 2. URL: www.vestnik-mgou.ru (дата обращения: 01.03.2021). DOI:10.18384/2224-0209-2020-2-1001.
4. Селезнёва А. В. Политико-психологические особенности политического сознания современной российской молодёжи // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013. № 3 (23). С. 128–136.
5. Baumeister R. F., Leary M. R. The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation // *Psychological Bulletin*. 1995. Vol. 117. P. 497–529.
6. Baumeister R. F., Twenge J. M., Nuss C. Effects of Social Exclusion on Cognitive Processes: Anticipated Aloneness Reduces Intelligent Thought // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2002. Vol. 83. P. 817–827.
7. Meng P. The Psychological Mechanism of the Influence of Social Exclusion on Risk-Taking Behavior // *Open Journal of Social Sciences*. 2020. Vol. 8. P. 146–164.
8. Moore S., Gullone E. Predicting adolescent risk behavior using a personalized cost-benefit analysis // *Journal of Youth and Adolescence*. 1996. Vol. 25. № 3. P. 343–359.
9. Rokeach M. The nature of human values. New York: The Free Press, 1973. 438 p.
10. Schwartz S.H. Are there universal aspects in the content and structure of values? // *Journal of Social Issues*. 1994. Vol. 50. P. 19–45.
11. Schwartz S. H., Boehnke K. Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis // *Journal of Research in Personality*. 2004. Vol. 38. P. 230–255.
12. Wenge J. M., Baumeister R. F., Tice D. M. If You Can't Join Them, Beat Them: Effects of Social Exclusion on Aggressive Behavior // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2001. Vol. 81. P. 1058–1069.

REFERENCES:

1. Shestopal E. B., ed. *Vlast' i lidery v vospriyati irossijskikh grazhdan. Chetvert' veka nablyudenij (1993–2018)* [Power and leaders in the perception of Russian citizens. A quarter century of observations (1993–2018)]. Moscow, 2019. 656 p.
2. Shmeleva O. Yu., Kaminchenko D. I. [Social media as a tool for the formation of the political picture of the world of modern youth (exemplified by the Nizhny Novgorod region)]. In: *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, 2020, vol. 20, no. 2, p. 212–218.

3. Abramov A. V., Bagdasaryan V. E., Byshok S. O., Volodenkov S. V., Evstaf'ev D. G., Egorov V. G., Komleva N. A., Kramarenko N. S., Manoilo A. V., Mikhailenok O. M., Petrenko A. I., Prokof'ev V. F. [Pandemia COVID-19: The end of the familiar world?]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo oouniversiteta (ehlektronny jzhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (electronic journal)], 2020, no. 2. Available at: <https://vestnik-mgou.ru/ru/Articles/Doc/1001> (accessed: 01.03.2021).
4. Selezneva A.V. [Psychological analysis of political values in contemporary russian public: generational aspect]. In: *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sociologiya. Politologiya* [Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science], 2013, no. 3 (23), pp. 128–136.
5. Baumeister R. F., Leary M. R. The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. In: *Psychological Bulletin*, 1995, vol. 117, pp. 497–529.
6. Baumeister R. F., Twenge J. M., Nuss C. Effects of Social Exclusion on Cognitive Processes: Anticipated Aloneness Reduces Intelligent Thought. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 2002, vol. 83, pp. 817–827.
7. Meng P. The Psychological Mechanism of the Influence of Social Exclusion on Risk-Taking Behavior. In: *Open Journal of Social Sciences*, 2020, vol. 8, pp. 146–164.
8. Moore S., Gullone E. Predicting adolescent risk behavior using a personalized cost-benefit analysis. In: *Journal of Youth and Adolescence*, 1996, vol. 25, no. 3, pp. 343–359.
9. Rokeach M. The nature of human values. New York, The Free Press, 1973. 438 p.
10. Schwartz S. H. Are there universal aspects in the content and structure of values? *Journal of Social Issues*, 1994, vol. 50, pp. 19–45.
11. Schwartz S. H., Boehnke K. Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. In: *Journal of Research in Personality*, 2004, vol. 38, pp. 230–255.
12. Wenge J. M., Baumeister R. F., Tice D. M. If You Can't Join Them, Beat Them: Effects of Social Exclusion on Aggressive Behavior. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001, vol. 81, pp. 1058–1069.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 03.03.2021

Статья размещена на сайте: 31.05.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Шмелева Ольга Юрьевна – кандидат исторических наук, доцент кафедры политологии Института международных отношений и мировой истории Нижегородского государственного национального исследовательского университета им. Н. И. Лобачевского; e-mail: o_shmeleva1977@mail.ru

Ol'ga Yu. Shmeleva – Cand. Sci. (History), Assoc. Prof., Department of Political Science, Institute of International Relations and World History, Nizhny Novgorod State Research University named after N. I. Lobachevsky; e-mail: O_Shmeleva1977@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FORCITATION

Шмелева О. Ю. Пандемия COVID-19 и восприятие современного государства российской молодёжью (на материале нижегородской области) // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru

Shmeleva O. Yu. COVID-19 Pandemic and perception of the modern state by Russian youth (based on data of the Nizhny Novgorod region). In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru

УДК 159.9.072.432

Баркова Ю. К., Селезнева Е. В., Синягин Ю. В.*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
119571, г. Москва, пр-т Вернадского, д. 82, стр. 1, Российская Федерация*

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИЙ О ФАКТОРАХ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КОМАНДЫ И ИХ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ

АННОТАЦИЯ

Цель – выявить особенности взаимосвязи представлений руководителей организаций о факторах эффективности управленческой команды и их ценностных ориентаций.

Процедура и методы. В качестве диагностических инструментов использовались ценностный опросник Ш. Шварца, методика «Якоря карьеры» Э. Шейна, специально разработанный опросник «Подбор и формирование руководителем эффективной управленческой команды», а также анализ средних значений, критерий Манна-Уитни, факторный анализ с varimax-вращением.

Результаты. Анализ представлений руководителей о принципах, на которые следует опираться в процессе подбора членов управленческой команды, показал, что большинство участников исследования в процессе подбора опираются на принципы ресурсного подхода, а также считают, что эффективность деятельности управленческой команды обусловлена прежде всего профессиональной компетентностью её членов, а не их личными качествами. Было также показано, что в представлениях участников исследования постоянным критерием подбора членов управленческой команды является профессионализм, а переменными – сходство убеждений и преданность делу. Установлено, что в зависимости от особенностей представлений руководителей о принципах и факторах формирования эффективной управленческой команды, а также о факторах эффективности её деятельности существуют значимые различия как на уровне выраженности отдельных ценностных ориентаций, так и на уровне их латентной структуры, т. е. на уровне ценностных стратегий. Показано, что на представления руководителей о факторах эффективности управленческой команды оказывают влияние как просоциальные, так и проличностные ценностные стратегии.

Теоретическая и/или практическая значимость. Значение полученных результатов определяется значимостью командного принципа в повышении эффективности управления во всех сферах социальной жизни и ролью руководителя в процессах формирования, развития и деятельности управленческой команды. Материалы исследования позволяют более глубоко понять, как ценностные ориентации руководителей влияют на их представления о факторах эффективности управленческой команды, и могут быть использованы в рамках личностно-профессионального консультирования руководителей организаций по проблемам командообразования и повышения эффективности командного управления.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

руководитель организации, управленческая команда, эффективность, представления, ценностные ориентации, ценностные стратегии

БЛАГОДАРНОСТИ

Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС.

СТРУКТУРА

Введение

Методы и выборка

Обсуждение результатов исследования

Выводы

J. Barkova, E. Selezneva, Y. Sinyagin

*Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
82, str. 1 prospekt Vernadskogo, Moscow 119571, Russian Federation*

TOP MANAGERS CONCEPT OF RELATIONSHIP BETWEEN MANAGEMENT TEAM EFFICIENCY FACTORS AND THEIR VALUE ORIENTATIONS

ABSTRACT

Aim. The purpose of the study is to identify the peculiarities of the top management views on relationship between the factors of the management team effectiveness and their value orientations.

Methodology. The values questionnaire by Sh. Schwartz, the methodology "Career anchors" by E. Shein, a specially developed questionnaire "Selection and formation of an effective management team by the chief executive" were used as diagnostic tools as well as analysis of mean values, Mann-Whitney test, factor analysis with varimax-rotation.

Results. Analysis of the heads of the organization concept of the principles that should be relied on when selecting members of the management team showed that the majority of research participants in the selection rely on the principles of the resource approach, and also believe that the effectiveness of the management team is more determined by the professional competence of its members, than by their personal qualities. It was also shown that, in the opinion of research participants, professionalism is a constant criterion for selecting management team members, while similarity of beliefs and loyalty are variables. It has been established that, depending on the peculiarities of managers' ideas about the principles and factors of forming an effective management team, as well as the factors of the effectiveness of its activities, there are significant differences both at the level of expressiveness of individual value orientations and at the level of their latent structure, i.e. at the level of value strategies. It is shown that both pro-social and pro-personal value strategies influence the opinion of managers about the factors of the effectiveness of the management team.

Research implications. The significance of the results obtained is determined by the importance of the command principle in increasing the efficiency of management in all spheres of social life and the role of the leader in the processes of formation, development and activities of the management team. The research materials make it possible to understand more deeply how the value orientations of managers affect their views on the factors of the effectiveness of the management team, and can be used in the framework of personal and professional consulting of organization leaders on the problems of team building and improving the efficiency of team management.

KEYWORDS

head of the organization, management team, efficiency, concept, value orientations, value strategies

ACKNOWLEDGMENT

The article was written on the basis of the RANEPА state assignment research programme.

ВВЕДЕНИЕ

Процесс управления в любой сфере социальных отношений является по своей природе коллективным, так как сложная структура целей и функций деятельности как на уровне отдельной организации, так и на уровне госу-

дарства задаёт сложную структуру управления, в которой функции и полномочия распределяются между тем или иным числом специалистов, которые только совместно могут решить управленческие задачи и проблемы.

Управленческие группы, которые качественно решают поставленные перед ними задачи и для которых характерны способность к самоорганизации, чёткое и гибкое распределение функций и ответственности, инициатива, творческий подход и ориентированность на поиск лучшего варианта решения, принято называть управленческими командами.

Практика показывает, что управленческая команда как команда ключевых специалистов является важнейшим стратегическим ресурсом любой организации [8], так как именно командная организация работы обеспечивает наиболее эффективное решение управленческих задач любой сложности (в том числе инновационных) и в любых (в том числе кризисных) ситуациях [1]. Поэтому различные аспекты формирования, развития и собственно деятельности управленческих команд уже несколько десятилетий остаются предметом научных исследований [3; 9; 11; 18; 22; 25; 26], а также диагностики [2; 4 и др.] и организационного консультирования [5; 19; 20].

Как показывают исследования и практика, эффективность формирования, развития и деятельности управленческих команд в значительной степени зависит от личности не только непосредственного лидера конкретной команды [6; 23], но и прежде всего «первого лица» в структуре управления организацией [7]. С точки зрения большинства авторов, основной задачей любого «первого лица» организации при внедрении командной формы управления является формирование и поддержание новой системы ценностей, в которой основными взаимосвязанными ценностями являются командное управление и доверительные отношения, а в структуре ценностных ориентаций наиболее выражены честность, ответственность, справедливость, способность сотрудничать, взаимная приверженность, социальная привязанность и т. д. [24]. При этом подчёркивается, что «совпадение ценностей является “критическим” ресурсом эффективности, прежде всего, для управленческих команд (топ-менеджмента компаний), и только затем – для рядовых работников организации» [10, с. 9].

В то же время исследования, начатые Ю. В. Синягиным более тридцати лет назад, показали, что на эффективность подбора руководителем управленческой команды значительное влияние оказывают его ценностные ориентации [16]. Позднее на факультете оценки и развития управленческих кадров Высшей школы государственного управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ВШГУ РАНХиГС при Президенте Российской Федерации) в выполненной в рамках государственного задания РАНХиГС при Президенте Российской Федерации научно-исследовательской работе «Исследование индивидуальных жизненных стратегий и ценностных ориентаций государ-

ственных служащих современной России» (2016 г.) было установлено, что у руководителей существуют различия в представлениях о степени их участия в формировании своей управленческой команды, её составе, эффективности этого состава, и показана взаимосвязь подобных представлений с карьерными и ценностными ориентациями руководителя, которые выступают как внутриличностные детерминанты процессов подбора членов команды; в научно-исследовательских работах «Разработка и апробация технологий оценки социальной направленности и системы ценностных ориентаций государственных служащих» (2019 г.) и «Исследование взаимосвязи психобиографических особенностей с индивидуально-психологическими и личностными характеристиками руководителей системы государственного управления» (2020 г.) была показана роль смысложизненных и ценностных ориентаций как факторов формирования у руководителей социальной направленности и управленческой успешности [13; 15; 17].

Однако взаимосвязи представлений руководителей об эффективности управленческой команды и их ценностных ориентаций изучены недостаточно. Можно говорить о существовании исследовательской проблемы, которая связана с необходимостью выявить особенности влияния системы ценностных ориентаций руководителей на их представления о факторах эффективности управленческой команды.

В связи с этим в рамках исследования были сформулированы следующие предположения:

- между представлениями руководителей о факторах эффективности управленческой команды и их ценностными ориентациями существуют значимые взаимосвязи;
- различия в представлениях руководителей о факторах эффективности управленческой команды обусловлены не столько выраженностью отдельных ценностных ориентаций, сколько существованием на уровне их латентной структуры определённых ценностных стратегий.

МЕТОДЫ И ВЫБОРКА

Цель эмпирического исследования состояла в том, чтобы выявить, как ценностные ориентации руководителей влияют на их представления о факторах эффективности управленческой команды.

В соответствии с целью исследования необходимо было решить следующие задачи:

- установить, существуют ли взаимосвязи между представлениями руководителя о принципах и факторах формирования эффективной управленческой команды и структурой его ценностных ориентаций;
- определить, как взаимосвязаны представления руководителя о факторах эффективности деятельности управленческой команды и структура его ценностных ориентаций.

В качестве диагностических инструментов использовались:

– уточнённый и заново апробированный на факультете ценностный опросник Ш. Шварца [21], направленный на изучение ценностных ориентаций как субъективных детерминант социального поведения человека;

– методика «Якоря карьеры» Э. Шейна в адаптации В. А. Чикер и В. Э. Винокуровой [12, с. 207–212], направленная на изучение карьерных ориентаций как частного случая ценностных ориентаций и субъективных детерминант выбора профессионального пути и построения карьеры;

– специально разработанный опросник «Подбор и формирование руководителем эффективной управленческой команды», позволяющий определить: насколько вовлечён руководитель в проблемы формирования управленческой команды; кто, по его мнению, должен составлять его ближайшее окружение; как, с его точки зрения, соотносятся составы управленческой команды и ближайшего окружения; какие факторы, в его представлениях, влияют на формирование управленческой команды и эффективность её деятельности и, соответственно, должны учитываться при её подборе¹.

Данная статья посвящена анализу представлений руководителей о факторах формирования управленческой команды и эффективности её деятельности.

В исследовании принимали участие руководители, возглавляющие государственные бюджетные организации (директора школ, колледжей, учреждений дополнительного образования, главные врачи поликлиник и больниц и др.), – слушатели программы подготовки управленческих кадров «Управление в сфере культуры / образования / здравоохранения». Общее число респондентов составило 112 человек: 30 (26,79%) мужчин и 82 (73,21%) женщины. Средний возраст участников исследования – 45,4 года, максимальный – 60 лет, минимальный – 29 лет. В данной статье мы анализируем результаты, полученные в целом по выборке.

При анализе взаимосвязи структуры ценностных ориентаций с представлениями о принципах формирования эффективной управленческой команды и факторах эффективности её деятельности респонденты разделялись на подгруппы в зависимости от выбранного ими варианта ответа на вопросы опросника «Подбор и формирование руководителем эффективной управленческой команды». В анализе не использовались данные по подгруппам, число респондентов в которых было менее 10 человек. Учитывались также различия в численности выборки, возникшие в связи с тем, что некоторые пункты опросника были заполнены не всеми участниками исследования.

Для статистической обработки полученных результатов использовались такие методы, как анализ средних значений, критерий Манна-Уитни для двух независимых выборок, факторный анализ с *varimax*-вращением.

¹ Опросник затем был интегрирован в состав опросника оценки управленческого потенциала [14].

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

На **первом этапе исследования** были проанализированы ответы на вопрос о том, на что в первую очередь следует обращать внимание при подборе новых членов управленческой команды. Анализ показал, что большинство участников исследования (62,16%) в процессе подбора опираются на *принципы ресурсного подхода* (выбранный вариант ответа «индивидуальные личностно-профессиональные ресурсы человека»), 27,03% исходят из *принципов компетентностного подхода* (выбранный вариант ответа «соответствие профессиональных качеств человека требованиям должности»), и только 10,81% следуют *принципам дефицитарного подхода* (выбранный вариант ответа «возможные риски, связанные с негативными личностными качествами человека»).

Сравнение средних значений, полученных при обработке ценностного опросника Ш. Шварца и методики «Якоря карьеры» Э. Шейна, не выявило значимых различий в выраженности ценностных ориентаций участников исследования, опирающихся в подборе управленческой команды на разные подходы. В то же время факторный анализ с varimax-вращением показал, что существуют различия в латентной структуре ценностных ориентаций руководителей, которые при подборе новых членов управленческой команды исходят из разных принципов.

При интерпретации результатов факторного анализа мы опирались на ранее сформулированные выводы, что взаимодействие ценностных ориентаций в ценностно-смысловой сфере личности приводит к формированию ценностных стратегий, которые на уровне жизненного пути в целом определяют тот или иной вектор личностной и субъектной активности, а на уровне отдельных этапов жизненного пути или сфер жизнедеятельности выступают как критерии для принятия решений [13].

Таким образом, в рамках настоящего исследования можно говорить о том, что каждый из выделенных в результате факторного анализа факторов описывает определённую *ценностную стратегию*, а совокупность факторов, выделенных в той или иной подгруппе, – *систему ценностных стратегий*, характерных для руководителей, которые при подборе новых членов управленческой команды исходят из разных принципов.

Для анализа здесь и далее использовались те варианты факторизации, процент совокупной выявленной дисперсии в которых был не менее 70%. При этом учитывались только те шкалы, факторный вес которых был выше 0,500, а если шкала весом выше 0,500 входила в несколько факторов, учитывалась только наибольшее значение.

Как видно из таблицы 1, содержание и структура систем ценностных стратегий у руководителей, опирающихся в процессе подбора членов управленческой команды на принципы дефицитарного (1-я подгруппа) компетентностного (2-я подгруппа) или ресурсного (3-я подгруппа) подхода, достаточно сильно различаются.

Таблица 1 / Table 1

Факторная структура ценностных ориентаций в зависимости от представлений участников исследования о факторах, которые необходимо учитывать при подборе новых членов управленческой команды / Factor structure of value orientations depending on the ideas of the research participants about the factors that must be taken into account when selecting new members of the management team

Факторная структура ценностных ориентаций участников исследования, входящих в 1-ю подгруппу	Факторный вес	Факторная структура ценностных ориентаций участников исследования, входящих во 2-ю подгруппу	Факторный вес	Факторная структура ценностных ориентаций участников исследования, входящих в 3-ю подгруппу	Факторный вес
Фактор 1					
16,6%	0,626	10,3%	0,700	19,4%	0,868
Гедонизм		Надёжность		Надёжность	
Профессиональная компетентность	-0,620	Гуманизм	0,785	Альтруизм	0,798
Менеджмент	0,623	Толерантность	0,695	Гуманизм	0,551
Служение	0,883			Толерантность	0,833
Вызов	0,701			Свобода мысли	0,716
Предпринимательство	0,904			Свобода выбора	0,607
				Безопасность и стабильность общества	0,804
				Личная безопасность	0,624
Фактор 2					
24,3%					
12,8%	0,545	24,3%	0,861	11,6%	0,930
Гуманизм		Профессиональная компетентность		Стабильность (общая)	
Стабильность (общая)	0,900	Менеджмент	0,776	Стабильность работы	0,769
Стабильность работы	0,950	Автономия (независимость)	0,813	Стабильность места жительства	0,775
Стабильность места жительства	0,651	Стабильность (общая)	0,949	Интеграция стилей жизни	0,597
		Стабильность работы	0,802		
		Стабильность места жительства	0,719		
		Служение	0,895		
		Вызов	0,762		
		Интеграция стилей жизни	0,861		

Продолжение таблицы 1 на следующей странице

Продолжение таблицы 1

16,3%		Фактор 3 17,2%		10,3%	
Законопослушность	0,903	Традиции	0,588	Власть	0,589
Аффилиация	0,642	Свобода мысли	0,638	Менеджмент	0,826
Экологичность	0,687	Свобода выбора	0,533	Служение	0,629
Толерантность	0,915	Стимуляция	0,561	Вызов	0,805
Личная безопасность	0,621	Стремление к успеху	0,854	Предпринимательство	0,539
		Власть	0,843		
		Материальное благополучие	0,734		
		Безопасность и стабильность общества	0,670		
14,1%		Фактор 4 9,6%		11,6%	
Свобода выбора	0,844	Гедонизм	0,835	Гедонизм	0,867
Стремление к успеху	0,838	Смирение	0,625	Стремление к успеху	0,581
Имидж / Репутация	0,687			Материальное благополучие	0,753
14,1%		Фактор 5 12,2%		11,5%	
Традиции	0,747	Законопослушность	0,662	Законопослушность	0,683
Надежность	0,505	Альтруизм	0,750	Аффилиация	0,700
Альтруизм	0,737	Личная безопасность	0,752	Традиции	0,548
Смирение	0,890	Имидж / Репутация	0,559	Экологичность	0,564
Интеграция стилей жизни	0,713			Профессиональная компетентность	0,516
11,9%		Фактор 6 5,00%		5,6%	
Стимуляция	0,831	Экологичность	0,644	Автономия (независимость)	0,810
Материальное благополучие	0,546				
Безопасность и стабильность общества	0,529				

Так, первый фактор в 1-й подгруппе является двухполюсным и описывает два варианта реализации ценностной стратегии, лежащей в основе подбора членов команды. В первом варианте руководители принимают решения о включении того или иного человека в свою команду, исходя прежде всего из потребности в реализации собственной концепции и из стремления к творчеству и риску в этой области и из связанных с этим желания выражать преданность своему делу через карьеру, готовности решать трудные задачи, ориентацией на интеграцию усилий других людей и одновременно – потребности получать удовольствие от жизни. Во втором варианте в основе подбора новых членов команды лежит ориентация на профессиональную компетентность.

Во 2-й подгруппе первый фактор описывает ценностную стратегию, ядром которой является ориентация на гуманизм во взаимодействии с ориентациями на надёжность и толерантность. Можно предположить, что руководители в процессе подбора новых членов своей команды исходят прежде всего из стремления к равенству, справедливости и защите всех людей, из представления о том, что надо быть надёжным и заслуживающим доверия, а также из готовности принимать и понимать тех, кто отличается от них. Интересно, что первый фактор во 2-й подгруппе значительно слабее первых факторов в других подгруппах, т. е. ценностная стратегия, которая описывается данным фактором, не является основной для руководителей, опирающихся в процессе подбора членов управленческой команды на принципы компетентного подхода.

В 3-й подгруппе системообразующим показателем в первом факторе является ориентация на надёжность, а в целом фактор описывает ценностную стратегию, в соответствии с которой руководители осуществляют подбор членов своей команды, исходя: прежде всего из представления о том, что надо быть надёжным и заслуживающим доверия, а также из готовности принимать и понимать тех, кто отличается от них; из желания обеспечивать безопасность и стабильность общества в целом и одновременно безопасность своего непосредственного окружения; из преданности группе и благополучия её членов; из потребности в большей свободе в развитии собственных идей и определении собственных действий; из стремления к равенству, справедливости и защите всех людей.

Такие же различия прослеживаются и при анализе других факторов. И даже в тех случаях, когда какие-либо факторы в разных подгруппах имеют сходство по системообразующим показателям или содержанию в целом, мы можем всё же говорить о совершенно разных ценностных стратегиях подбора членов управленческой команды.

В качестве примера можно сравнить ценностные стратегии, описанные во втором факторе.

Во всех трёх подгруппах в содержание второго фактора входят ориентации на общую стабильность, стабильность работы и места жительства, при этом в 1-й подгруппе ориентация на стабильность работы, а во 2-й и 3-й

ориентация на общую стабильность выступают как системообразующий показатель. Таким образом, на первый взгляд, в рамках этой стратегии руководители независимо от подхода к процессу подбора членов управленческой команды принимают решения, исходя из своей ориентации на карьеру, которая обеспечивает длительную стабильность, безопасность и надёжность как на уровне работы или места жительства, так и на уровне жизни в целом. Однако если в рамках данной стратегии у руководителей, опирающихся при подборе своей команды на принципы дефицитарного подхода, ориентация на стабильность поддерживается только ориентацией на гуманизм, т. е. стремлением к равенству, справедливости и защите всех людей, а у руководителей, опирающихся на принципы ресурсного подхода, – только ориентацией на интеграцию стилей жизни, т. е. стремлением к балансу между работой и домом, карьерой и саморазвитием, то у руководителей, опирающихся на принципы компетентного подхода, в структуру стратегии помимо ориентации на стабильность входят ориентация на служение, профессиональную компетентность, взаимоинтеграцию стилей жизни, автономию (независимость), менеджмент и вызов. Это значит, что в рамках данной стратегии руководители, входящие во 2-ю подгруппу, принимают решения в области подбора своей команды, исходя не только из стремления к карьере, обеспечивающей длительную стабильность и надёжность, но и: из желания через карьеру выражать преданность своему делу; из потребности максимально реализовать свои способности в определённой профессиональной области и одновременно балансировать между работой и домом, карьерой и саморазвитием; из стремления к освобождению от организационных правил, предписаний и ограничений и в целом – к независимости; из ориентации на синтез усилий других людей; из готовности решать трудные задачи.

Таким образом, у руководителей, входящих во 2-ю подгруппу, эта ценностная стратегия имеет выраженный просоциальный характер (при этом фактор, описывающий её, является самым сильным в факторной структуре по данной подгруппе). В значительно меньшей степени просоциальной она является для руководителей, входящих в 1-ю подгруппу, а для руководителей, входящих в 3-ю подгруппу, эта стратегия реализуется как проличностная [13]. В то же время можно говорить о том, что во всех подгруппах наблюдается фактически баланс между просоциальными и проличностными стратегиями.

На **втором этапе исследования** были проанализированы представления руководителей о факторах, на которые в первую очередь следует ориентироваться, чтобы сформировать эффективную управленческую команду. В качестве таких факторов выступали те или иные сочетания личностных (ценностно-смысловых) и личностно-деятельностных (инструментальных) характеристик будущих членов команды. В результате были зафиксированы значимые различия в выраженности ценностных ориентаций между подгруппами, в которые вошли руководители, посчитавшие, что сформировать эффектив-

ную управленческую команду можно, ориентируясь на *профессионализм и сходство убеждений* (1-я подгруппа) или на *профессионализм и преданность делу* (2-я подгруппа) (табл. 2).

Таблица 2 / Table 2

Уровень выраженности ценностных ориентаций в зависимости от представлений участников исследования о факторах формирования эффективной управленческой команды / The level of expressiveness of value orientations, depending on the ideas of the research participants about the factors of forming an effective management team

Ценностные ориентации	Уровень выраженности ценностных ориентаций (баллы по 10-балльной шкале)		p
	1-я подгруппа (n=44)	2-я подгруппа (n=47)	
Законопослушность	4,17	4,77	0,001
Традиции	4,03	4,68	0,001
Надежность	4,87	5,21	0,020
Альтруизм	4,73	5,31	0,001
Гуманизм	3,95	4,53	0,002
Экологичность	3,53	4,36	0,001
Свобода мысли	4,39	4,71	0,040
Материальное благополучие	3,63	4,13	0,006
Безопасность и стабильность общества	4,70	5,14	0,007
Личная безопасность	4,35	4,71	0,044
Имидж / Репутация	4,35	4,83	0,007

Как видно из таблицы 2, значимые различия были выявлены по одиннадцати ценностным ориентациям, и все они имеют большую выраженность в подгруппе руководителей, посчитавших, что при формировании управленческой команды важнее ориентироваться на профессионализм и преданность делу. При этом более высокие показатели фиксируются в этой подгруппе не только по просоциальным, но и по проличностным ценностным ориентациям.

В целом можно сказать, что профессионализм в представлениях участников исследования выступает в процессе формирования управленческой команды как некая константа среди критериев подбора, а различия связаны с тем, что, с их точки зрения, более значимо для будущей качественной работы этой команды: мировоззренческая общность, которая обеспечит высокий уровень сплочённости и единомыслия членов команды, но при этом может привести к снижению эффективности и качества деятельности команды, или преданность делу (как профессии в целом, так и решению определённых профессиональных задач), которая, обеспечивая эффективность и качество работы членов команды, не предполагает их единомыслия и, более того, может приводить к конфликтам между ними.

Факторный анализ показал, что различия в представлениях о факторах, на которые в первую очередь следует ориентироваться, чтобы сформировать эффективную управленческую команду, как и различия в общих принципах подбора команды, отражаются в латентной структуре ценностных ориентаций руководителей (табл. 3).

Таблица 3 / Table 3

Факторная структура ценностных ориентаций в зависимости от представлений участников исследования о факторах формирования эффективной управленческой команды / The factor structure of value orientations depending on the ideas of the research participants about the factors of forming an effective management team

Факторная структура ценностных ориентаций участников исследования, входящих в 1-ю подгруппу	Факторный вес	Факторная структура ценностных ориентаций участников исследования, входящих во 2-ю подгруппу	Факторный вес
Фактор 1			
13,8%		22,4%	
Надёжность	0,839	Законопослушность	0,804
Альтруизм	0,657	Аффилиация	0,680
Толерантность	0,721	Традиции	0,622
Свобода мысли	0,655	Надёжность	0,738
Безопасность и стабильность общества	0,820	Альтруизм	0,735
		Гуманизм	0,674
		Экологичность	0,575
		Толерантность	0,858
		Личная безопасность	0,587
		Смирение	0,704
		Имидж / Репутация	0,677
Фактор 2			
20,5%		9,5%	
Профессиональная компетентность	0,776	Стабильность (общая)	-0,939
Автономия (независимость)	0,694	Стабильность места жительства	-0,843
Стабильность (общая)	0,948	Интеграция стилей жизни	-0,571
Стабильность работы	0,874		
Стабильность места жительства	0,795		
Служение	0,851		
Вызов	0,668		
Интеграция стилей жизни	0,802		

Продолжение таблицы 3 на следующей странице

Фактор 3			
9,4%		8,6%	
Стремление к успеху	0,662	Менеджмент	0,858
Власть	0,781	Стабильность работы	0,730
Менеджмент	0,706	Вызов	0,665
Фактор 4			
11,9%		14,2%	
Традиции	0,595	Свобода мысли	0,558
Экологичность	0,693	Стимуляция	0,821
Стимуляция	0,711	Стремление к успеху	0,726
Гедонизм	0,738	Власть	0,748
Материальное благополучие	0,827	Безопасность и стабильность общества	0,566
Фактор 5			
11,3%		8,7%	
Законопослушность	0,630	Материальное благополучие	0,680
Аффилиация	0,813	Профессиональная компетентность	-0,611
Гуманизм	0,708		
Смирение	0,679		
Имидж / Репутация	0,503		
Фактор 6			
7,5%		8,4%	
Личная безопасность	0,744	Автономия (независимость)	0,513
		Предпринимательство	0,802

Так как объём статьи ограничен, сосредоточимся здесь и далее на описании содержания только самых сильных факторов в каждой из выделенных подгрупп.

Как видно из таблицы 3, в 1-й подгруппе наиболее сильным является не первый, а второй фактор, в котором в качестве системообразующего показателя выступает ориентация на общую стабильность и который непротиворечиво включает в себя, с одной стороны, проличностные, а с другой – просоциальные ценностные ориентации. Таким образом, ориентация при формировании управленческой команды на профессионализм и мировоззренческую общность в рамках данной стратегии обусловлена стремлением руководителя к стабильности во всех сферах жизни, которая обеспечи-

вается: потребностью выражать свою преданность делу через профессиональную карьеру и одновременно стремлением к балансу между работой и домом, карьерой и саморазвитием; желанием максимально реализовать свои профессиональные способности и одновременно стремлением к освобождению от организационных правил, предписаний и ограничений и в целом – к независимости, а также готовностью решать трудные задачи.

Во 2-й подгруппе наиболее силен первый фактор, системообразующим показателем в котором является ориентация на законопослушность. В этом факторе также непротиворечиво сочетаются проличностные и просоциальные ценностные ориентации, однако содержание фактора в целом практически не имеет аналогов среди факторов, выделенных по 1-й подгруппе. В рамках данной стратегии ориентация руководителя при формировании управленческой команды на профессионализм и преданность делу оказывается обусловлена: с одной стороны, просоциальными потребностями соблюдать правила, законы и формальные обязательства; не причинять вреда или огорчения другим людям; поддерживать и беречь традиции и природную среду; быть надёжным и заслуживающим доверия членом группы; сохранять преданность группе и поддерживать благополучие её членов; принимать и понимать тех, кто отличается от них; стремиться к равенству, справедливости и защите людей; а с другой стороны, проличностными потребностями поддерживать безопасность своего непосредственного окружения и свою репутацию, а также признанием незначительности существования одного человека в круговороте жизни.

Сравнение наиболее сильных стратегий в 1-й и 2-й подгруппах показывает, что стратегия 1-й подгруппы предполагает более высокую активность руководителя, т. е. бóльший уровень его субъектности (во 2-й подгруппе стратегии, предполагающие наиболее высокую субъектную активность, описаны в четвёртом и шестом факторах).

На **третьем этапе исследования** были проанализированы представления руководителей о факторах эффективности деятельности управленческой команды.

При ответе на вопрос о том, что, по их мнению, больше влияет на эффективность деятельности управленческой команды, 69,37% участников исследования (1-я подгруппа) выбрали вариант *«профессиональная компетентность членов команды»*, а 30,63% (2-я подгруппа) – вариант *«личные качества членов команды»*.

Значимых различий в выраженности ценностных ориентаций между подгруппами выявлено не было, но с помощью факторного анализа с varimax-вращением были установлены различия в латентной структуре ценностных ориентаций руководителей, входящих в выделенные подгруппы (табл. 4).

Таблица 4 / Table 4

Факторная структура ценностных ориентаций в зависимости от представлений участников исследования о субъективных факторах эффективности деятельности управленческой команды / The factor structure of value orientations, depending on the ideas of the research participants about the subjective factors of the effectiveness of the management team

Факторная структура ценностных ориентаций участников исследования, входящих в 1-ю подгруппу	Факторный вес	Факторная структура ценностных ориентаций участников исследования, входящих во 2-ю подгруппу	Факторный вес
Фактор 1			
21,4%		17,8%	
Традиции	0,563	Законопослушность	0,781
Альтруизм	0,826	Традиции	0,843
Толерантность	0,710	Надёжность	0,778
Свобода мысли	0,660	Альтруизм	0,726
Свобода выбора	0,654	Гуманизм	0,655
Безопасность и стабильность общества	0,772	Экологичность	0,713
Личная безопасность	0,768	Толерантность	0,710
Имидж / Репутация	0,601	Безопасность и стабильность общества	0,683
Фактор 2			
12,3%		13,6%	
Менеджмент	0,791	Свобода мысли	0,500
Служение	0,755	Менеджмент	0,757
		Вызов	0,872
		Предпринимательство	0,815
Фактор 3			
13,6%		13,1%	
Стимуляция	0,766	Стабильность (общая)	0,878
Гедонизм	0,718	Стабильность работы	0,869
Стремление к успеху	0,696	Стабильность места жительства	0,612
Власть	0,740	Интеграция стилей жизни	0,749
Материальное благополучие	0,614		
Фактор 4			
12,1%		10,3%	
Профессиональная компетентность	0,617	Стимуляция	0,755

Продолжение таблицы 4 на следующей странице

Автономия (независимость)	0,550	Гедонизм	0,810
Стабильность (общая)	0,809	Материальное благополучие	0,788
Стабильность места жительства	0,873		
Интеграция стилей жизни	0,740		
Фактор 5			
6,00%		8,5%	
Смирение	0,545	Стремление к успеху	0,634
		Имидж/Репутация	0,796
Фактор 6			
6,3%		6,8%	
Законопослушность	0,643	Смирение	0,721
Аффилиация	0,634	Профессиональная компетентность	0,597

Как видно из таблицы 4, в 1-й подгруппе системообразующим показателем в первом, наиболее сильном факторе является ориентация на альтруизм, которая объединяет просоциальные ориентации на традиции, толерантность, безопасность, стабильность общества и проличностные ориентации на свободу мысли, выбора, личную безопасность и имидж (репутацию). Таким образом, в рамках данной стратегии представление руководителей о том, что наиболее значимым фактором эффективности деятельности управленческой команды является профессиональная компетентность её членов, обусловлено их потребностью сохранять преданность группе и поддерживать благополучие её членов, которая сочетается, с одной стороны, с готовностью поддерживать и сохранять традиции, принимать и понимать тех, кто отличается от них, и обеспечивать безопасность и стабильность общества, а с другой стороны, со стремлением свободно развивать собственные идеи, способности и определять собственные действия, а также поддерживать безопасность своего непосредственного окружения и свою репутацию.

Во 2-й подгруппе системообразующим показателем в наиболее сильном первом факторе является ориентация на традиции, которая объединяет только просоциальные ориентации на законопослушность, надёжность, альтруизм, гуманизм, экологичность, толерантность, а также безопасность и стабильность общества. Следовательно, представление руководителей о том, что наиболее значимым фактором эффективности деятельности управленческой команды выступают личные качества её членов, в рамках данной стратегии оказывается обусловлено их потребностью поддерживать и бе-

речь традиции, которая сочетается с готовностью: соблюдать правила, законы и формальные обязательства; быть надёжным и заслуживающим доверия членом группы; сохранять преданность группе и поддерживать благополучие её членов; беречь окружающую среду; принимать и понимать тех, кто отличается от них; обеспечивать безопасность и стабильность общества, – и со стремлением к равенству, справедливости и защите всех людей.

ВЫВОДЫ

Проведённое исследование подтвердило наши предположения о том, что между структурой ценностных ориентаций руководителей организаций и их представлениями о принципах и факторах формирования эффективной управленческой команды, а также о факторах эффективности её деятельности существуют значимые взаимосвязи.

Различия в представлениях руководителей оказываются связаны не столько с уровнем выраженности отдельных ценностных ориентаций, сколько с особенностями их латентной структуры и наличием определённых ценностных стратегий, которые и обуславливают формирование тех или иных принципов и критериев в области формирования управленческой команды, принятия решений о подборе её членов и оценки эффективности её деятельности. При этом вне зависимости от характера представления руководителя о принципах и факторах формирования эффективной управленческой команды, а также о факторах эффективности её деятельности могут быть обусловлены влиянием как просоциальных, так и проличностных ценностных стратегий.

В рамках лично-профессионального консультирования осознание руководителями собственных представлений в области командообразования и анализ влияния их ценностных ориентаций на эти представления могут способствовать повышению у руководителей уровня рефлексивности, формированию у них субъектной позиции в процессах подбора членов управленческих команд и, как следствие, повышению эффективности их деятельности.

В то же время можно говорить о том, что на полученные результаты влияют гендерные и возрастные особенности руководителей, которые принимали участие в нашем исследовании. Кроме того, на результаты исследования мог повлиять характер деятельности государственных бюджетных организаций социальной сферы (здравоохранение, образование, культура), а следовательно, и их руководителей. Таким образом, сделанные выводы могут касаться специфики представлений о факторах эффективности управленческой команды и влияния на эти представления ценностных ориентаций только у руководителей подобных организаций.

В связи с этим дальнейшие исследования могут быть посвящены анализу влияния таких объективных биографических факторов, как пол и возраст, на представления руководителей организаций о формировании и деятельности управленческих команд, а также на взаимосвязь этих представлений

с ценностными ориентациями. Перспективы исследований могут быть связаны также с изучением взаимосвязи представлений о факторах эффективности управленческой команды и ценностных ориентаций у руководителей, возглавляющих организации в других сферах деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бессонов А. А. Диагностика «командной срабатываемости» при формировании управленческой команды // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. 2014. № 3 (20). С. 48–55.
2. Бойко (Малашонок) А. А. Диагностика межличностных отношений в управленческой команде бизнес-организации // Актуальные вопросы экономических наук. 2009. № 4-2. С. 26–31.
3. Вайнер А. В. Групповая готовность к риску как социально-психологический фактор эффективности управленческих команд // Вопросы психологии. 2008. № 4. С. 45–55.
4. Горшкова Л. А., Поплавская В. А. Аналитический инструментальный диагностики и формирования управленческой команды как элемента методики организационного развития // Учет. Анализ. Аудит. 2016. № 6. С. 83–92.
5. Гулей И. А., Целютина Т. В. Командный коучинг как инструмент повышения мотивации и эффективности принятия решений // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова. 2015. № 5. С. 241–243.
6. Долгов М. В. Особенности управленческих команд на государственной гражданской службе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2018. Т. 5. № 4. С. 365–373. DOI: 10.22363/2312-8313-2018-5-4-365-373.
7. Калинин И. В. Управленческая команда: подбор ближайшего окружения руководителем: монография. Ульяновск: УИПКПРО, 2012. 212 с.
8. Мазуренко Н. А., Одаренко Т. Е. Антикризисное управление человеческими ресурсами в современных организациях // Таврический научный обозреватель: [сайт]. 2015. № 3. URL: <http://tavr.science/stat/2015/11/TNO-3-ch-1-n.pdf> (дата обращения: 29.12.2020).
9. Муругова Е. Г. Подготовка управленческих кадров образования в системе повышения квалификации к командному менеджменту: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Томск, 2013. 25 с.
10. Никитин А. С., Гимазова Ю. В. Ценностный фактор развития региональных управленческих команд // Государственная служба. 2018. Т. 20. № 2 (112). С. 8–16.
11. Пашолок Н. А. Оценка развития управленческих команд: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2013. 32 с.
12. Почебут Л. Г., Чикер В. А. Организационная социальная психология. СПб.: Речь, 2002. 298 с.
13. Селезнева Е. В., Баркова Ю. К. Социальная направленность личности и ценностные стратегии руководителей системы государственной службы // Вопросы управления. 2019. № 4 (40). С. 203–216. DOI: 10.22394/2304-3369-2019-4-204-216.

14. Сиягин Ю. В. Опросник оценки управленческого потенциала в комплексной личностно-профессиональной диагностике. М.: Дело, 2020. 186 с.
15. Сиягин Ю. В. Особенности представлений руководителей об эффективной управленческой команде и способах ее формирования // Живая психология. 2019. Т. 6. № 1. С. 25–45.
16. Сиягин Ю. В. Психологические основы формирования руководителем управленческой команды: дис. ... докт. психол. наук. М., 1997. 464 с.
17. Сиягин Ю. В. Ценностные ориентиры современных руководителей // Государственная служба. 2017. Т. 19. № 1 (105). С. 74–80.
18. Тлемешок В. Р. Управленческая команда как субъект управления будущим: Социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2003. 23 с.
19. Цыренов Д. Д. Экспертно-методическое сопровождение деятельности управленческих команд региональной системы образования // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. 2020. № 2. С. 41–46. DOI 10.18101/2304-4446-2020-2-41-46.
20. Чирковская Е. Г., Клименко М. А. Организационная диагностика в акмеологическом консультировании // Акмеология. 2016. № 1 (57). С. 40–45.
21. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России / Ш. Шварц, Т. П. Бутенко, Д. С. Седова, А. С. Липатова // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. Т. 9. № 2. С. 43–70.
22. Bang H., Nasset Midelfart T. What characterizes effective management teams? A research-based approach // Consulting Psychology Journal: Practice and Research. 2017. Vol. 69. № 4. P. 334–359.
23. Mehek A. Team management: effective tool // International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science. 2020. Vol. 02. № 06. P. 1376–1379.
24. Problems of team formation and functioning in modern conditions / I. V. Nezamaykin, G. V. Serebryakova, S. M. Sycheva, T. B. Shramchenko // The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. 2018. № 57. P. 893–904.
25. Pavlov D., Yahontova I. Formation of Effective Leading Project Teams: A Multi-Objective Approach [Электронный ресурс] // Advances in Social Science, Education and Humanities Research. 2020. Vol. 441. URL: <https://www.atlantispress.com/proceedings/icseal-6-19/125941003> (дата обращения: 27.02.2021).
26. Phoewhawm R., Moussa M. A Proposed Model for Enhancing the Performance and Learning Managerial Team [Электронный ресурс] // SIU Journal of Management. 2014. Vol. 4. № 2. URL: https://www.researchgate.net/publication/303590161_A_Proposed_Model_for_Enhancing_the_Performance_and_Learning_in_a_Managerial_Team (дата обращения: 28.02.2021).

REFERENCES

1. Bessonov A. A. [Diagnostics of “team cooperation” when forming a management team]. In: *Nauchnoe obespechenie sistemy povysheniya kvalifikatsii kadrov* [Scientific support of a system of advanced training], 2014, no. 3 (20), pp. 48–55.

2. Boiko (Malashonok) A. A. [Diagnostics of interpersonal relations in the management team of a business organization]. In: *Aktual'nye voprosy ekonomicheskikh nauk* [Topical issues of economic sciences], 2009, no 4-2, pp. 26–31.
3. Vainer A. V. [Group risk readiness as a socio-psychological factor in the effectiveness of management teams]. In: *Voprosy psikhologii* [Voprosy Psychologii], 2008, no. 4, pp. 45–55.
4. Gorshkova L. A., Poplavskaya V. A. [Analytical Tools for the Diagnostics and the Formation of a Management Team as an Element of the Organization Development Technique]. In: *Uchet. Analiz. Audit* [Accounting. Analysis. Auditing], 2016, no. 6, pp. 83–92.
5. Gulej I. A., Celyutina T. V. [Team coaching as a tool to increase motivation and efficiency of decision-making]. In: *Vestnik Belgorodskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta im. V. G. Shukhova* [Bulletin of the Belgorod State Technological University named after V. G. Shukhov], 2015, no. 5, pp. 241–243.
6. Dolgov M. V. [Features of management teams in public service bodies]. In: *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie* [RUDN Journal of Public Administration], 2018, vol. 5, no. 4, pp. 365–373. DOI: 10.22363/2312-8313-2018-5-4-365-373.
7. Kalinin I. V. *Upravlencheskaya komanda: podbor blizhajshego okruzheniya rukovoditelem* [Management team: selection of the closest circle of the leader]. Ul'yanovsk, UIPKPRO Publ., 2012. 212 p.
8. Mazurenko N. A., Odarenko T. E. [Anti-crisis human resource management in modern organizations]. In: *Tavricheskii nauchnyi obozrevatel'* [Tavricheskyy scientific observer], 2015, no. 3. Available at: <http://tavr.science/stat/2015/11/TNO-3-ch-1-n.pdf> (accessed: 29.12.2020).
9. Murugova E. G. *Podgotovka upravlencheskix kadrov obrazovaniya v sisteme povy'sheniya kvalifikatsii k komandnomu menedzhmentu: avtoref. dis. ... kand. ped. nauk* [Training of management personnel in education in the system of advanced training for team management: abstract of PhD thesis in Pedagogic sciences]. Tomsk, 2013. 25 p.
10. Nikitin A. S., Gimazova Yu. V. [Value factor in the development of regional management teams]. In: *Gosudarstvennaya sluzhba* [Public Administration], 2018, vol. 20, no. 2 (112), pp. 8–16.
11. Pasholok N. A. *Ocenka razvitiya upravlencheskix komand: avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk* [Assessment of the development of management teams: abstract of PhD thesis in Economic sciences]. Moscow, 2013. 32 p.
12. Pochebut L. G., Chiker V. A. *Organizatsionnaya sotsial'naya psikhologiya* [Organizational Social Psychology]. St. Petersburg, Rech' Publ., 2002. 298 p.
13. Selezneva E. V., Barkova Yu. K. [Social orientation of personality and value strategies of leaders of the civil service]. In: *Voprosy upravleniya* [Management Issues], 2019, no. 4 (40), pp. 203–216. DOI: 10.22394/2304-3369-2019-4-204-216.
14. Sinyagin Yu. V. *Oprosnik otsenki upravlencheskogo potentsiala v kompleksnoi lichnostno-professional'noi diagnostike* [Questionnaire for assessing managerial potential in complex personal and professional diagnostics]. Moscow, Delo Publ., 2020. 186 p.

15. Sinyagin Yu. V. [Features representations of leaders about an effective management team and methods of its formation]. In: *Zhivaya psikhologiya* [Living psychology], 2019, vol. 6, no. 1, pp. 25–45.
16. Sinyagin Yu. V. *Psikhologicheskie osnovy formirovaniya rukovoditelem upravlencheskoi komandy: dis. ... dokt. psikhol. nauk* [Psychological foundations of the formation of a managerial team by the leader: D. thesis in Psychological sciences]. Moscow, 1997. 464 p.
17. Sinyagin Yu. V. [Value orientations of modern leaders]. In: *Gosudarstvennaya sluzhba* [Public Administration], 2017, vol. 19, no. 1 (105), pp. 74–80.
18. Tlemeshok V. R. *Upravlencheskaya komanda kak sub"ekt upravleniya budushchim: Sotsiologicheskii analiz: avtoref. dis. ... kand. sotsiol. nauk* [Management team as a subject of managing the future: Sociological analysis: abstract of PhD thesis in Sociological sciences]. Moscow, 2003. 23 p.
19. Tzyrenov D. D. [Expert and methodological support of management teams of the regional education system]. In: *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika i menedzhment* [Bulletin of the Buryat State University. Economics and Management], 2020, no. 2, pp. 41–46. DOI 10.18101/2304-4446-2020-2-41-46.
20. Chirkovskaya E. G., Klimenko M. A. [Organizational diagnostics in akmeological consulting orientation in organizational team behavior]. In: *Akmeologiya* [Acmeology], 2016, no. 1 (57), pp. 40–45.
21. Shvartz Sh., Butenko T. P., Sedova D. S., Lipatova A. S. [A refined theory of basic personal values: validation in Russia]. In: *Psikhologiya. Zhurnal Vyshei shkoly ekonomiki* [Psychology. Journal of the Higher School of Economics], 2012, vol. 9, no. 2, pp. 43–70.
22. Bang H., Nettet Midelfart T. What characterizes effective management teams? A research-based approach. In: *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 2017, vol. 69, no. 4, pp. 334–359.
23. Mehek A. Team management: effective tool. In: *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 2020, vol. 02, no. 06, pp. 1376–1379.
24. Nezamaykin I. V., Serebryakova G. V., Sycheva S. M., Shramchenko T. B. Problems of team formation and functioning in modern conditions. In: *The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 2018, no. 57, pp. 893–904.
25. Pavlov D., Yahontova I. Formation of Effective Leading Project Teams: A Multi-Objective Approach. In: *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 2020, vol. 441. Available at: <https://www.atlantispress.com/proceedings/icseal-6-19/125941003> (accessed: 27.02.2021).
26. Phoewhawm R., Moussa M. A Proposed Model for Enhancing the Performance and Learning Managerial Team. In: *SIU Journal of Management*, 2014, vol. 4, no. 2. Available at: https://www.researchgate.net/publication/303590161_A_Proposed_Model_for_Enhancing_the_Performance_and_Learning_in_a_Managerial_Team (accessed: 28.02.2021).

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 13.04.2021

Статья размещена на сайте: 18.06.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Баркова Юлия Константиновна – магистр психологии, научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории Диагностики и оценки руководителей факультета оценки и развития управленческих кадров Высшей школы государственного управления (института) Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; e-mail: barkova-yk@ranepa.ru

Селезнева Елена Владимировна – доктор психологических наук, профессор, заведующий научно-исследовательским сектором научно-исследовательской лаборатории Диагностики и оценки руководителей факультета оценки и развития управленческих кадров Высшей школы государственного управления (института) Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; e-mail: selezneva-ev@ranepa.ru

Синягин Юрий Викторович – доктор психологических наук, профессор, научный руководитель факультета оценки и развития управленческих кадров Высшей школы государственного управления (института) Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; e-mail: yvsinyagin@gmail.com

Julia K. Barkova – Master (Psychology), Researcher, Research Laboratory of Diagnostics and Assessment of Managers, Faculty of Evaluation and Management Development, The Graduate School of Public Administration, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; e-mail: barkova-yk@ranepa.ru

Elena V. Selezneva – Dr. Sci. (Psychology), Prof., Laboratory Head, Research and Development Sector of the Scientific Laboratory for Diagnostics and Assessment of Managers, Faculty of Evaluation and Management Development, The Graduate School of Public Administration, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; e-mail: selezneva-ev@ranepa.ru

Yuri V. Sinyagin – Dr. Sci. (Psychology), Prof., Academic supervisor, Faculty of Evaluation and Management Development, The Graduate School of Public Administration, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; e-mail: yvsinyagin@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Баркова Ю. К., Селезнева Е. В., Синягин Ю. В. Взаимосвязь представлений руководителей организаций о факторах эффективности управленческой команды и их ценностных ориентаций // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru

Barkova J. K., Selezneva E. V., Sinyagin Yu. V. Top managers concept of relationship between management team efficiency factors and their value orientations. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru

УДК 159.9.01

Скрипкина Т. П.*Российский государственный гуманитарный университет
125993, ГСП-3, г. Москва, Миусская пл., д. 6, Российская Федерация*

ТРАНЗИТИВНО-ТУРБУЛЕНТНОЕ ОБЩЕСТВО: ПРОБЛЕМЫ ЛИЧНОСТИ И ОБРАЗОВАНИЯ

АННОТАЦИЯ

Цель. Показать, как изменилось взаимодействие людей, на примере взаимодействия учителей и учащихся на основе представления об особенностях социокультурной ситуации современного российского общества и её влияния на некоторые психологические и социально-психологические особенности людей.

Процедура и методы. Первая теоретическая часть статьи содержит анализ современной социокультурной ситуации в российском обществе. Вторая часть статьи иллюстрирует изменения, происходящие в настоящее время в образовательном пространстве школы. В исследовании использовались методики, отражающие особенности коммуникативной компетентности учителей, включающей фактор доверия. Приводится краткое описание результатов изучения особенностей коммуникативной компетентности, основанной на доверии в профессиональной деятельности (или его отсутствии), у современных учителей.

Результаты. Результаты позволили выявить шесть моделей коммуникативной компетентности учителей, иллюстрирующих названные изменения во взаимоотношениях учителя и учащихся. Исследование показало, что из отношений учителей с учениками ушли эмпатия и сотрудничество, а ведущей стратегией поведения стало приспособление, т. е. адаптация к сложным условиям. Учителя условно разделились на две группы, одна из которых склонна к проявлению коммуникативной толерантности, а другая, наоборот, к полному отсутствию толерантности во взаимодействии с учащимися. Проводится сравнение данных, полученных в таком же исследовании (2005 г.). Сравнение результатов показало изменения во взаимодействии учителей и учащихся, произошедшие за прошедшие 15 лет. В 2005 г. основным трендом во взаимодействии учителей с учащимися были доверие, эмпатия и сотрудничество.

Теоретическая значимость заключается в том, что в статье обозначаются основные характеристики транзитивно-турбулентной ситуации: неопределённость будущего, сложность и разнообразие, многозадачность, множественность миров, кризис и множественность идентичностей. Показано, что стремительно происходящие изменения породили значимые социальные трансформации в обществе. Прежде всего это касается возникновения новой культурной этики и формирования иной структуры ценностных ориентаций у людей, и в особенности у молодёжи. В статье обозначены и другие новые психологические и социально-психологические феномены, порождённые современной социокультурной ситуацией.

Практическая значимость исследования заключается в том, что в нём наглядно показано изменение культурной этики в процессе взаимодействия субъектов в образовательном пространстве.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

транзитивно-турбулентное общество, постиндустриальное общество, культурная этика, доверие, коммуникативная компетентность учителя

СТРУКТУРА

[Введение](#)[Постановка проблемы и теоретические обобщения](#)[Методология и методы исследования](#)[Результаты исследования и обсуждение](#)[Выводы](#)

T. Skripkina

Russian State University for the Humanities
6 Miusskaya pl., GSP-3, Moscow 125993, Russian Federation

TRANSITIVE-TURBULENT SOCIETY: PROBLEMS OF PERSONALITY AND EDUCATION

ABSTRACT

Aim. Using the interaction of teachers and students as an example, the study shows how the interaction of people has changed in the context of the socio-cultural situation of contemporary Russian society and its influence on some psychological and socio-psychological characteristics of people.

Methodology. The first theoretical part of the article contains an analysis of the current socio-cultural situation in Russian society. The second part illustrates the changes currently taking place in the educational space of the school. The study used methods that reflect the characteristics of teachers' communicative competence and the trust factor. A brief description of the results of studying the features of communicative competence based on trust in professional activity (or lack thereof) among modern teachers is given.

Results. The results made it possible to identify six models of teachers' communicative competence, illustrating the named changes in the relationship between teachers and students. The study showed that empathy and cooperation were gone from the relationship of teachers with students, and adaptation, that is, adaptation to difficult conditions, became the leading strategy of behavior. Teachers were conditionally divided into two groups, one of which is prone to the manifestation of communicative tolerance, and the other, on the contrary, to a complete lack of tolerance in interaction with students. The article compares data obtained through the same study conducted in 2005. The comparison shows changes in the interaction of teachers and students that have occurred over the past 15 years. In 2005, the main trend in the interaction of teachers with students was trust, empathy and cooperation.

Research implications. The theoretical significance of the study lies in the identification of the main characteristics of a transitive-turbulent situation: uncertainty of the future, complexity and diversity, multitasking, multiplicity of worlds and crisis and multiplicity of identities. It is shown that the rapidly occurring changes have generated significant social transformations in society. First of all, this concerns the emergence of a new cultural ethics and the formation of a different structure of value orientations among people and, especially, young people. The article also identifies other new psychological and socio-psychological phenomena generated by the modern socio-cultural situation. The practical significance of the article lies in the fact that it clearly shows the change in cultural ethics in the process of interaction of subjects of educational activity in the educational space.

KEYWORDS

transitive-turbulent society, post-industrial society, cultural ethics, trust, teacher's communicative competence

ВВЕДЕНИЕ

За последние 15–20 лет разнообразный и непредсказуемый мир, в котором мы живём, необычайно изменился. Он наполнился новыми смыслами и новой культурной этикой. Трендом в обыденном сознании стали понятия, ко-

торые раньше встречались только в научных работах, такие как *ксенофобия*, *нетерпимость*, *жестокость*, *агрессия*, *вандализм*, *рационализм*, *прагматизм*. Следовательно, на изучение данных явлений сформировался актуальный социальный заказ. Изменилась социокультурная ситуация и стремительно меняются законы, по которым живёт общество. Можно привести сотни примеров того, когда жестокость обыденного поведения людей поражает воображение. Многие гуманистические ценности, которые раньше казались естественными и неизблемыми и изучению которых посвящались работы множества учёных, такие как *альтруизм*, *эмпатия*, *справедливость*, *дружба*, *жалость*, *честность*, *сотрудничество*, *солидарность*, стали казаться устаревшими, архаичными и плохо работающими в социуме. Что же всё-таки происходит с культурой и почему культурная этика так стремительно изменилась?

Происходящие изменения в российском социуме, видимо, связаны с тем, что Россия в настоящее время занимает промежуточное положение, она находится в процессе перехода от индустриального общества к постиндустриальному. И переход этот оказался очень болезненным, выражаясь словами польского антрополога и культуролога П. Штомки, «культурно травмирующим» [30]. Но есть надежда, что травма со временем заживёт и наше общество войдёт в постиндустриальный мир, признающий главенствующими гуманистические ценности, иначе мы просто не выживем.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОБОБЩЕНИЯ

Современный постиндустриальный этап развития цивилизации сопровождается формированием новой культурной ситуации, получившей название *постмодерн*, которая стремительно проявляется во всех сферах культуры и науки. Его основополагающая идея – ориентация на гуманистические принципы, связанные с признанием разнообразия культур, плюрализма мнений, планетарным мышлением, защитой окружающей среды.

В результате в современном мире произошла радикальная переоценка многих долгие годы казавшихся устоявшимися норм и стереотипов, связанных с этикой смысла жизни, отношений между полами, понимания свободы самовыражения, традиций рациональности. Эти изменения произошли при непосредственном воздействии новой культуры, культуры постмодерна.

Особенности культуры постиндустриального общества, её методологические, теоретические и прикладные аспекты множество раз анализировались представителями общественных наук, как зарубежными, так и отечественными. Среди зарубежных исследований наибольшую известность получили работы У. Бэка [5], Т. Парсонса [22], Ш. Эйзенштадт [32], А. Гершенкрона [6], Б. Мура [18], П. Штомпки [30] и мн. др. В общественных науках среди российских работ наиболее признанными являются труды А. С. Ахиезера [3], Н. В. Зубаревич¹ [9], Э. А. Орловой [21] и др.

¹ Зубаревич Н. В. Перспектива: Четыре России // Ведомости. 2011. 30 дек.

В многочисленных попытках осмысления данной проблемы накоплен огромный теоретический опыт анализа процессов перехода от традиционного к индустриальному обществу, проанализированы различные сценарии, возникающие на этом пути, выявлены общие закономерности и особенности, связанные со спецификой общества и страны, вступающей в постмодерн.

Новая культурная ситуация не могла не отразиться и на науке: в виде глобальной перестройки иерархии методов научного познания, признания их принципиальной плюралистичности, формирования установки на взаимодополняемость фундаментального, прикладного, рационально-секулятивного и религиозно-мифологического знания.

Не может оставаться в стороне и образование как огромная часть культуры, связанная с развитием главного стратегического потенциала страны. Молодёжь – не безвременная сущность, её становление, её человекообразование происходит в определённых социокультурных условиях, заданных рамками культуры, внутри которой она развивается. Образование в самом широком смысле играет роль модератора в становлении картины мира подрастающего поколения.

Молодому поколению должно быть очень сложно «становиться», само развиваться на переломе привычных культурных традиций [8]. И тем важнее роль образования и образовательных институтов, которые сами находятся в состоянии постоянного реформирования.

Произошедший культурный поворот изменил представления о научной картине мира, а также о закономерностях становления индивидуальной картины мира каждого конкретного человека.

Изменилось и отношение к научному знанию в связи с принятием идеи нестабильности, а также признанием темпоральности и множественности знания, исключающих детерминизм. При построении знания во главу угла ставится социальный субъект как источник преобразований.

В системе социального знания особая роль отводится психологическому знанию в постнеклассическом периоде его развития. Кардинально изменилось понимание сущности человека, который интерпретируется как саморазвивающаяся открытая, самоорганизующаяся система, что неизбежно вовлекает в орбиту психологических исследований изучение целого ряда проблем, решение которых не может быть выработано вне антропологического понимания сущности человека. Переосмысливается понимание культурных норм как основы взаимопонимания на базисе идей культурного разнообразия.

Общество переходного периода уже довольно давно характеризуется в науке как общество транзитивности. Дискурс транзитивности прочно вошёл в сферу интересов многих гуманитарных наук. Когда говорят о транзитивном обществе, имеют в виду переходное состояние общества вместе с происходящими в нём социальными трансформациями. В настоящее время в гуманитарных науках уже накопилось достаточное количество исследований,

посвящённых этой проблеме² [см., напр.: 10; 11]. Появились транзитивная философия, экономика, социология. Однако, на наш взгляд, в настоящее время совершенно недостаточно психологических и социально-психологических исследований об особенностях поведения человека, трансформациях его внутреннего мира, его социальных взаимодействиях в переходном периоде [11]. Нельзя забывать, что жизненный мир человека – это символическое отражение социальной реальности, поэтому он всегда связан с происходящими общественными изменениями, которые изменяют и картину реальности.

Цель данной работы – вскрыть и обозначить психологические проблемы, связанные с поведением субъектов образовательной деятельности в транзитивном обществе.

Когда говорят о транзитивности российского общества, в социальном аспекте имеют в виду переход от авторитарного общества к демократическому. Если имеется в виду именно этот процесс, тогда становится актуальным вопрос, какая демократия имеется в виду, так как в гуманитарных науках довольно большое количество концепций и представлений о демократии, потому что демократия, вседозволенность, анархия – не одно и то же, вместе с тем между ними весьма хрупкая грань.

Для психологической науки методологической основой понимания транзитивного общества является концепция социального конструктивизма. Социальный конструктивизм становится объяснительным механизмом введения социальных инноваций, управления рисками, релятивизма ценностей и в конечном итоге проектирования «потребного будущего», предполагающего выход на желаемые пути развития.

Кратко остановимся на некоторых значимых характеристиках переходного периода, которые связаны с новыми вызовами и рисками, порождающими огромные психологические и личностные проблемы в обществе.

Одна из основных характеристик переходных периодов заключается в том, что эти периоды всегда сопровождаются острой неопределённостью будущего, которое трудно спрогнозировать как на уровне общества, так и на уровне отдельной личности, ведь человек попадает в состояние многозадачности и множественности миров, большинство из которых являются вероятностными [1].

В этой связи транзитивное общество характеризуется сложностями адаптации и переадаптации к постоянно меняющимся правилам игры. Очевидно, что неопределённость в прогнозировании будущего связана с психологическими изменениями личности и с личностной и эмоциональной нестабильностью. Однако человек вынужден каким-то образом с этим совладать. В этой связи в последние годы в научный обиход вошло понятие «преадаптация». Благодаря теории открытых неравновесных систем стало возможным осмысление феноменологии неадаптивных проявлений не только в биоло-

² См., напр.: Зубаревич Н. В. Перспектива: Четыре России // Ведомости. 2011. 30 дек.

гии, но и в таких гуманитарных науках, как социология и психология [2]. Так, А. Г. Асмолов, Е. Д. Шехтер, А. М. Черноризов утверждают, что «преадаптация к неопределённости представляет собой ключевой инструмент порождения избыточности биологического, когнитивного, социального и психологического разнообразия» [2, с. 3], а в целом преадаптация является основным механизмом, обеспечивающим готовность к постоянным и непрогнозируемым изменениям. Таким образом, возникает способность приспособления к неопределённости будущего.

К этому можно добавить, что транзит всегда связан с порождением огромного количества противоречий в социальном пространстве, связанных с социальной нестабильностью, обусловленной неоднократным переструктурированием, казалось бы, устоявшейся социальной системы, что вынуждает человека вновь и вновь искать жизненные смыслы, самостоятельно структурировать социальную реальность и формировать новые идентичности. В результате всех обозначенных характеристик транзитивного общества оно становится неустойчивым и приобретает черты турбулентности [19; 31]. В философии даже стали говорить о новом типе личности "Homozwischens" (от немецкого «между») (термин Ю. А. Харина). Так называемые «цвишенцы» – люди, вынужденные принимать рискованные решения в ситуации неопределённости [28]. В социальной среде меняется очень многое: система отношений, ведущие ценности, паттерны поведения, особенности коммуникации, оценка поступков и т. д. Однако всё это необходимо свести в некую целостную картину мира. По мнению некоторых авторов, «жизненный мир человека и способы коммуникации становятся основой ценностно-нормативного консенсуса как предпосылки нового общества с относительно стабильной структурой» [26].

Характеризуя особенности транзитивного общества, невозможно не остановиться на получившей в последние десятилетия в зарубежной социальной науке широкую известность концепции риска, родоначальниками которой являются Н. Луман [10], Э. Гидденс [7], У. Бек [5] и М. Дуглас [34].

По мнению У. Бека, считающегося лидером в исследовании общества как общества рисков, современные риски являются всеобщими и неустанимыми [5].

Исходя из данной концепции, основной мотивационной направленностью человека мыслится идеал безопасности в обмен на идеал равенства, так как вместе с благами производятся и всевозможные риски, которые так же, как и общество, глобализуются. Всё это изменяет логику мышления, а вместе с ней и социальные отношения. В социальных отношениях происходят коренные сдвиги, связанные с ценностью индивидуализации, верой в собственный успех любой ценой. Всё это значительно усиливает конкурентность и соревновательность в обществе, что порождает постоянные конфликты, усиливает напряжённость, а также агрессию, жестокость и нетерпимость. И это, в свою очередь, порождает риски, связанные с глобальными изменениями в системе ценностей, особенно в нравственной сфере.

Один из идеологов концепции общества рисков М. Дуглас [33] показывает в своём труде, что основные сдвиги в поведении и культуре общества заключаются в том, что доминирующими поведенческими паттернами становятся стратегии выживания и сопротивления изменениям, что взаимоувязывается с полным отсутствием гражданских инициатив. Люди индивидуализируются, возникает так называемое атомарное общество. Одной из основных характеристик атомарного общества является разрушение как основополагающего социального доверия, так и межличностного.

Глобальные риски характерны и для современного российского общества (Е. М. Бабосов [4], Н. Л. Смакотина [25], К. А. Феофанов [27], О. Н. Яницкий [33] и др.). Названные авторы характеризуют российское общество как общество социального недоверия, в котором разрушен кокон «основополагающего доверия», в социальной структуре действуют только вертикальные связи в ущерб горизонтальным, что порождает отсутствие мотивации к изменениям в собственной жизни, снижение чувства ответственности и лишает общество способности к самоорганизации.

Сюда же можно отнести рост ксенофобии, этнофобии, мигрантофобии и другие социальные риски, которые дополнительно усиливают потенциал вражды. Всё это приводит к стиранию границ дозволенного в социальном поведении, снижению общей культуры, отрицанию морали и «размыванию» нравственных норм.

При этом многие исследователи отмечают, что специфика России – это сильная внутренняя неоднородность, как социально-экономическая, так и социокультурная, и связанная с ней неравномерность развития регионов³. При этом в России нет единого культурного кода страны, так как она не только многоэтническая, но и многоконфессиональная, что существенно осложняет процессы консолидации.

Таким образом, созданный в результате жизнедеятельности людей человеческий мир характеризуется противоречиями, напряжением и постоянно возникающими очагами насилия, агрессии, ксенофобии. Российская Федерация не является исключением.

К обозначенным проблемам ещё можно добавить относительно новые социально-психологические проблемы, порождённые в этом году пандемией. С нашей точки зрения, к ним можно отнести новый ракурс проблемы, связанной со склонностью к риску. Из социальной психологии известно, что групповое поведение увеличивает склонность к риску. Всеобщий риск показал, что всё не так уж однозначно. Как оказалось, всеобщность риска не сплачивает людей, а наоборот, в определённой мере их разъединяет, причём как на уровне больших групп и даже государств, так и на уровне малых групп. Индивидуализм побеждает, когда речь идёт о всеобщем риске. Таким образом, особенности поведения людей в ситуации всеобщего риска становятся новой совершенно не исследованной проблемой социальной психологии.

³ Зубаревич Н. В. Перспектива: Четыре России // Ведомости. 2011. 30 дек.

Именно в силу всех обозначенных характеристик современное общество становится не только транзитивным, но и транзитивно-турбулентным, в котором огромное число людей социально травмированы, чем и объясняется многократно возросший спрос на психологические консультативные и психотерапевтические услуги.

Обозначенные характеристики современного российского общества не могут обойти стороной и основные институты государства. Это относится прежде всего к институту образования. Известно, что образовательные практики в любом государстве выполняют глобальную задачу по формированию научной и обыденной картины мира у подрастающего поколения. Как уже было отмечено, именно образование играет роль модератора в процессе человекообразования и становления картины мира у подрастающего поколения. Определяя роль образования в турбулентном социуме, С. И. Черных, И. Г. Борисенко пишут: «...чаще всего социальной турбулентности подвергаются те социальные институты, которые “завязаны” на прямое воспроизводство человеческого капитала. Основными из них является образование и обучение как важнейший его элемент» [29, с. 97].

Социализация каждого поколения проходит в определённых социокультурных условиях, заданных рамками культуры. И тем важнее роль образовательных институтов, которые сами находятся в состоянии постоянного реформирования, а потому, как и другие социальные институты, подвержены турбулентности, о чём свидетельствует непрерывное реформирование образовательных институтов всех уровней. Здесь уместно сослаться на доклад ЮНЭСКО «Образование: сокрытое сокровище» [20] 1996 г., в котором, в частности, говорится, что «большое количество следующих одна за другой реформ, на самом деле, убивают реформу, так как не позволяют всем субъектам, участвующим в реформировании, стать участниками реформ, субъекты образовательной деятельности оказываются дезориентированными и не расположенными к принятию и осуществлению реформ» [29, с. 3].

Жизнь каждого образовательного учреждения – это микромодель общества, микромодель его культуры.

В силу обозначенных обстоятельств в современной школе существует множество проблем, связанных с атмосферой непримиримости, жестокости, буллингом, неумением эффективно разрешать конфликты, непринятием детьми друг друга по этнической и конфессиональной принадлежности, а также с участвовавшими попытками суицида.

В этой связи встаёт проблема проектирования в образовательной среде такой социальной реальности, которая бы выступала как ресурс обеспечения безопасности и психологического комфорта для каждого ребёнка.

Проведённый анализ показал, что современное общество, находящееся в процессе транзитивности, отличается крайней неустойчивостью, турбулентностью, не только порождающей массу социально-психологических

проблем, но и глобально меняющей привычный образ жизни, социальное поведение и в целом картину мира множества людей.

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для иллюстрации анализа мы приводим результаты нашего исследования коммуникативной компетентности современного учителя, включающей фактор доверия. Сравним полученные результаты с результатами аналогичного исследования, проведённого в 2005 г.

Проведённый анализ показывает, что, несмотря на многочисленные исследования коммуникативной компетентности учителя, нам не удалось обнаружить работ, посвящённых взаимосвязи особенностей личности учителя и стратегий профессионального поведения с разным уровнем доверия как к себе, так и к ученикам. Именно этой проблеме и было посвящено данное исследование.

Здесь следует немного остановиться на исследовательской концепции автора. Нами была разработана целостная концепция доверительных отношений личности. Мы не будем подробно останавливаться на основных положениях данной концепции. Её краткое изложение содержится в статье 2019 г. [35]. Отметим лишь, что мы исходим из принципиального положения о том, что при вступлении человека во взаимодействие с другим (или другими) возникает новая психологическая ситуация, в которой каждый из взаимодействующих субъектов имеет одновременно две психологические установки: доверие к себе и доверие к другим. Именно выраженность этих установок (или мера доверия к себе и к другим) и порождает разные типы взаимодействия, в которых доверие является фоновым условием (от дружеского настроения до манипуляции и зависимости). Таким образом, исходя из основных положений разработанной нами концепции, одним из механизмов регуляции активности является уровень, или мера соотношения выраженности доверия к себе и к миру (или той его части, с которой взаимодействует субъект в каждый момент своей жизни).

Мы исходили из предположения о том, что умение учителя строить доверительные человеческие отношения с другими субъектами образовательной деятельности, и прежде всего с учениками, – самая профессионально важная коммуникативная компетенция.

Анализ литературы о психологической компетентности учителя показал, что разные авторы показателями компетентности учителя называют разные качества. В этой связи как основные показатели коммуникативной компетентности нами были выбраны только те качества, которые называют все авторы, разрабатывающие проблему коммуникативной компетентности учителя. В число этих качеств вошли: доверие к другим, доверие к себе, толерантность в общении, эмпатия, стратегии поведения в конфликте и самоконтроль в общении. На основе этих показателей и была сконструирована модель исследования. В исследование вошли следующие методики:

1. Доверие к другим (методика Дж. Роттера “Interpersonal Trust Scale”, ITS, переведена и адаптирована С. А. Достоваловым) [12].
2. Доверие к себе (психометрическая методика Т. П. Скрипкиной) [13].
3. Толерантность в общении (методика В. В. Бойко) [14].
4. Диагностика уровня эмпатии (методика И. М. Юсупова) [15].
5. Самоконтроль в общении (методика М. Снайдера) [16].
6. Оценка способов реагирования в конфликте (методика К. Н. Томаса) [17].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБСУЖДЕНИЕ

На основе полученных результатов при использовании названных методик нами было сконструировано 6 психологических моделей доверия учителя, которые имели различия в зависимости от особенностей выраженности доверия к себе и доверия к другим у учителя (всего в исследовании приняли участие 234 учителя средних общеобразовательных школ):

1. Высокий уровень доверия к себе и высокий уровень доверия к другим – 20,5% от общей выборки;
2. Высокий уровень доверия к другим и средний уровень доверия к себе – 19,2%;
3. Высокий уровень доверия к другим и низкий уровень доверия к себе – 14,1%;
4. Низкий уровень доверия к другим и высокий уровень доверия к себе – 20,5%;
5. Низкий уровень доверия к другим и средний уровень доверия к себе – 16,7%;
6. Низкий уровень доверия к себе и низкий уровень доверия к другим – 10,3%.

Как видно из полученных данных, более всего в процентном отношении представлены модели 1, 2 и 4.

Затем нами был проведён корреляционный анализ между показателями доверия и показателями других применявшихся в исследовании методик. На основе корреляционного анализа были построены корреляционные плеяды показателей коммуникативной компетентности в зависимости от уровня выраженности доверия к себе и доверия к другим у учителей, принявших участие в исследовании. На основе каждой модели был составлен «психологический портрет» учителя.

Мы не будем описывать подробно каждую модель, они описаны в нашей статье [24]. Обозначим лишь в обобщённом виде тенденции, которые обращают на себя внимание.

Результаты

На основе полученных данных было составлено шесть «портретов» учителей, которые мы назвали: «прагматики», «синтонные», «перекладывающие ответственность», «авторитарные», «спонтанные» и «нетерпимые».

1. Модель с высоким уровнем доверия себе и другим

Учитель, высоко доверяющий себе и другим, не склонен к компромиссам в конфликтных ситуациях. При сложной конфликтной ситуации он не избегает её, а выбирает стратегию приспособления к сложной ситуации, чтобы выйти из неё с наименьшими для себя потерями. Кроме того, такой высоко доверяющий учитель не считает себя эталоном для других при их оценивании и не стремится перевоспитывать, переделывать других, а позволяет им быть другими.

Что касается эмпатии и самоконтроля, здесь значимых связей нет. Нам представляется, что высоко доверяющий себе и другим учитель не склонен к выстраиванию эмоциональных отношений с людьми. Таким образом, учитель, высоко доверяющий себе и другим, старается не ввязываться в конфликты: он либо их игнорирует, либо к ним приспособливается, а также проявляет высокую степень коммуникативной толерантности. Данную модель учителя мы назвали «прагматики».

В общей выборке учителей с таким соотношением качеств коммуникативной компетентности оказалось 20,5%.

2. Модель с высоким уровнем доверия другим и средним уровнем выраженности доверия себе

Учитель, который способен доверять ученикам, склонен проявлять высокую степень эмпатии. А также он характеризуется очень высоким уровнем коммуникативной толерантности. Данная модель доверия характеризуется наличием эмпатии и высокой степенью толерантности практически по всем показателям. Отметим, что это единственная модель, включающая в структуру коммуникативной компетентности эмпатию как значимый показатель, положительно коррелирующий с доверием к ученикам.

В общей выборке учителей с такой моделью коммуникативной компетентности оказалось 19,2%, т. е. немногим менее, чем одна пятая часть от всей выборки. Эта модель была обозначена как «синтонные» учителя.

3. Модель с высоким уровнем доверия другим и низким уровнем доверия себе

Картина значимо меняется в случае, когда у учителя низкий уровень доверия себе при высоком уровне доверия другим, т. е. когда учитель в различных ситуациях склонен больше полагаться на других, нежели на себя.

У учителя с низким уровнем доверия себе отсутствует взаимосвязь с эмпатией, однако при этом он не приемлет приспособления и избегания в конфликтной ситуации, а предпочитает стремиться к сотрудничеству и склонен к высокому уровню выраженности коммуникативной толерантности, которая имеет место практически по всем параметрам. Нам представляется возможным высказать предположение, что учитель с такой моделью доверительных отношений пытается компенсировать низкий уровень доверия себе стремлением к сотрудничеству с другими людьми, в том числе и с учащимися. Та-

кой учитель в высшей степени проявляет коммуникативную толерантность. Это может означать в данном контексте только одно – такой учитель согласен всё стерпеть, лишь бы избежать трудностей во взаимодействии с учащимися. Данную модель мы назвали «перекладывающие ответственность».

В общей выборке учителей с такой моделью оказалось 14%.

4. Модель с низким уровнем доверия другим и высоким уровнем доверия себе

В данном случае было получено самое низкое количество значимых связей показателей коммуникативной компетентности с доверием. Выявлено всего две значимых положительных взаимосвязи со шкалами коммуникативной компетентности: стремление уподобить партнёра себе, сделать его «удобным», и неумение приспособливаться к характеру, привычкам и желаниям других. Две значимых отрицательных корреляции свидетельствуют о том, что эти учителя стараются скрывать или сглаживать неприятные чувства при столкновении с некомуникабельными качествами партнёров и стараются прощать другим ошибки, неловкость, непреднамеренно причинённые неприятности. Все остальные показатели коммуникативной компетентности не имеют значимых корреляций с показателями доверия, что свидетельствует о том, что данный тип учителей склонен маневрировать при взаимодействии с учащимися и действовать в своих интересах в зависимости от ситуации. Другими словами, они склонны приспособливаться, адаптироваться в любой ситуации. Это «авторитарная» модель учителя.

Учителей с такой моделью доверительных отношений в выборке оказалось достаточно большое количество – 19%, т. е. также практически пятая часть.

5. Модель с низким уровнем доверия другим и средним уровнем доверия себе

Данная модель характеризуется тем, что учитель при взаимодействии с другими людьми довольно часто использует себя в качестве эталона, других мерит по себе, однако в конфликтной ситуации стремится найти компромисс. Такой человек не склонен к приспособлению в конфликтной ситуации и не утруждает себя высоким самоконтролем, а предпочитает в любой ситуации вести себя спонтанно. В этой связи данная модель была названа «спонтанные».

Учителей с подобной моделью доверительных отношений в общей выборке оказалось 16%.

6. Модель с низким уровнем доверия себе и низким уровнем доверия другим

Мало доверяющий себе и другим учитель имеет положительные значимые взаимосвязи со всеми шкалами коммуникативной толерантности, кроме шкалы, означающей стремление переделать, перевоспитать партнёров, а также положительные взаимосвязи практически со всеми остальными параметрами коммуникативной компетентности.

Мало доверяющие себе и другим учителя во взаимодействии с другими проявляют следующие тенденции. Во-первых, не утруждают себя таким качеством, как коммуникативная толерантность. Они имеют положительные взаимосвязи практически по всем параметрам, которые характеризуются как отсутствие коммуникативной толерантности. Отсутствие взаимосвязей со шкалой 5, отражающей стремление переделать и перевоспитать партнёра, может означать, что с такими характеристиками доверительных отношений учителя не стремятся как-то повлиять на партнёра. Такие учителя проявляют крайнюю нетерпимость к тому, что им не нравится, это вызывает у них раздражение. Вместе с тем они способны маскировать свою раздражительность повышенным самоконтролем в общении. В конфликтную ситуацию они также стремятся не вступать, предпочитая приспособливаться к ней. Ведущая стратегия при взаимодействии – приспособление. Несмотря на отсутствие коммуникативной толерантности в общении, они в то же время никогда не будут прикладывать силы, стараясь что-то изменить в партнёре по взаимодействию, что в целом свидетельствует об их полном равнодушии к другим. Их совершенно не заботит, что думают о них другие, они спонтанны, категоричны, раздражительны и требовательны к окружающим, обидчивы и не умеют прощать ошибки. Эта модель учителей получила название «нетерпимые».

Учителей, которым свойственна данная модель коммуникативной компетентности, оказалось менее всего – чуть более 10%.

Итак, анализ полученных моделей коммуникативной компетентности современных учителей, в основе которых лежит соотношение уровней выраженности доверия к себе и к другим, показал, что самым значимым и ярко выраженным параметром коммуникативной компетентности является *коммуникативная толерантность*. Современные учителя в своём большинстве стремятся к приятию и пониманию индивидуальности учащихся. Они, учитывая индивидуальные качества личностей учащихся, как правило, не стремятся их перевоспитывать или переделывать, стараются не использовать себя в качестве эталона при оценивании поведения и образа мыслей учащихся, части из них не свойственна категоричность в оценке учащихся, они, как правило, хорошо контролируют себя при переживании негативных чувств и эмоций при общении с трудными учащимися, умеют прощать ошибки и непреднамеренно причинённые неприятности, терпимо относятся к дискомфорту, который им причиняют другие субъекты образовательной деятельности, а также склонны приспособливаться к характеру и привычкам учащихся. С нашей точки зрения, такой повышенный уровень коммуникативной толерантности может свидетельствовать о том, что большинство учителей склонны не к подлинной толерантности, а к большой терпимости и в определённой мере к равнодушию по отношению к учащимся. Об этом свидетельствует выявленный факт, что за годы реформ для большинства современных учителей потеряли свою значимость эмпатия при взаимодействии с

учащимися, а также стремление к сотрудничеству. В сложных, особенно напряжённых ситуациях большинство учителей выбирают стратегию приспособленчества или, в лучшем случае, компромисса.

В целом на основе обобщения полученных моделей можно сконструировать *эмпирическую* модель современного коммуникативно компетентного учителя. *Коммуникативно компетентный учитель* – это профессионал, который склонен к терпимости в сложных ситуациях, проявляя высокий уровень коммуникативной толерантности; он предпочитает стратегию компромисса или приспособленчества в сложных ситуациях.

Лишь незначительная часть учителей стремится к сотрудничеству и проявляет эмпатию.

На наш взгляд, самой коммуникативно компетентной оказалась модель № 2, которая характеризуется высоким уровнем эмпатии. Основные характеристики данной модели позволяют построить следующий психологический портрет такого учителя.

Это учитель, который способен на высоком уровне доверять ученикам, проявлять высокую степень эмпатии, которая для него оказывается значимым параметром в профессиональной деятельности. Этот тип учителя характеризуется высоким уровнем коммуникативной толерантности, которая выражается в принятии индивидуальностей учащихся, отсутствии категоричности в оценке детей; он не позиционирует себя в качестве эталона, умеет сглаживать неприятные чувства при общении с малокоммуникабельными и неудобными (непослушными и беспокойными) детьми, умеет прощать, не стремится к перевоспитанию тех, кто ему не нравится, принимает привычки и сложный характер в других людях.

Таким образом, данная модель доверия характеризуется наличием эмпатии и высокой степенью толерантности. В основе данной модели лежит высокий уровень доверия учащимся при более низком уровне уверенности в своей правоте и непогрешимости. Однако, как показал анализ, в нашей выборке учителей с таким набором качеств немногим более 20% от общего числа.

Все остальные полученные нами модели по разным параметрам не вполне соответствуют привычным представлениям о коммуникативной успешности учителя. Отметим, что нами была предпринята попытка составить обобщённую модель коммуникативно компетентного современного учителя. Однако *обобщённую* модель получить не удалось за счёт большой и разноплановой вариативности моделей.

Для сравнения приведём данные 2005 г., когда нами было проведено точно такое же исследование с использованием этих же методик. Тогда, 15 лет назад, было выявлено меньшее количество моделей и построена обобщённая модель коммуникативно компетентного учителя (см. рис. 1) [23].

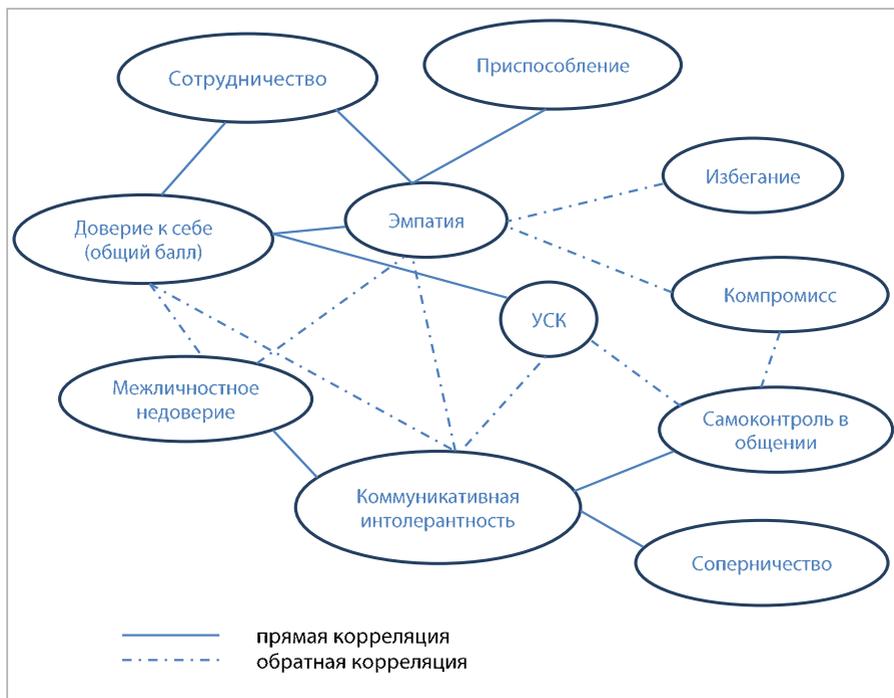


Рис. 1 / Fig. 1. Обобщённая модель коммуникативной компетентности учителя, полученная по результатам исследования в 2005 г. / A generalized model of teacher's communicative competence, obtained from the results of the study in 2005

Как видно из рисунка, было выделено два относительно самостоятельных паттерна. Первый паттерн: положительные взаимосвязи выявлены между доверием к себе, межличностным доверием, эмпатией и уровнем субъективного контроля. А во втором паттерне выявлены взаимосвязи между межличностным недоверием, коммуникативной интолерантностью, соперничеством и самоконтролем в общении. При этом эти два паттерна абсолютно не взаимосвязаны друг с другом.

ВЫВОДЫ

Итак, стремительно меняющиеся в современном мире реалии чрезвычайно сказываются на состоянии не только общества, но и его основных институтов, особенно образования. Результаты проведённого эмпирического исследования со всей очевидностью показывают те значимые изменения во взаимоотношениях учителей и учеников, которые произошли за последние 15 лет. Становится совершенно очевидно, что изменилась сама этика взаимодействия. Взаимоотношения стали более прагматичными, функциональными

ми, в них меньше доверия и сопереживания, попыток понять личность учащегося, его интересы и устремления. Изменилось и поведение учителя: как видно, подавляющее большинство учителей вместо сотрудничества предпочитают адаптироваться, причём, видимо, не только к конфликтным ситуациям, но и к привычкам, характеру и поведению учащихся, т. е. выбирают преимущественно стратегию приспособления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асмолов А. Г. Психология современности: вызовы неопределенности, сложности и разнообразия // Психологические исследования: 2015. Т. 8. № 40. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 15.03.2021).
2. Асмолов А. Г., Шехтер Е. Д., Черноризов А. М. Преадаптация к неопределенности как стратегия навигации развивающихся систем: маршруты эволюции // Вопросы психологии. 2017. № 4. С. 3–26.
3. Ахиезер В. С. Философские основы социокультурной теории и методологии // Вопросы философии. 2000. № 9. С. 29–45.
4. Бабосов Е. М. Основы идеологии современного государства. Минск, 2004. 352 с.
5. Бек У. Общество риска: На пути к другому модерну / пер. с нем. В. Сидельника, Н. Федоровой. М.: Прогресс-Традиция, 2000. 384 с.
6. Гершенкрон А. Экономическая отсталость в исторической перспективе / науч. ред. А. А. Белых. М.: Дело, 2015. 536 с.
7. Гидденс Э. Последствия модернити // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 101–122.
8. Гусельцева М. С., Кончаловская М. М., Хузеева Г. Р. Многофакторность как принцип изучения развития идентичности подростка в современном мире // Мир психологии. 2016. № 1. С. 224–237.
9. Зубаревич Н. В. Регионы России: неравенство, кризис, модернизация. М.: Независимый институт социальной политики, 2010. 159 с.
10. Луман Н. Понятие риска [Электронный ресурс]. URL: https://igiti.hse.ru/data/423/313/1234/5_2_2Luhm.pdf (дата обращения: 15.03.2021).
11. Марцинковская Т. Д. Современная психология – вызовы транзитивности // Психологические исследования: [сайт]. 2015. Т. 8. № 42. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 15.03.2021).
12. Методика Дж. Роттера «Interpersonal Trust Scale» ITS (методика переведена и адаптирована С. А. Достоваловым) // Доверие в социально-психологическом взаимодействии / под ред. Т. П. Скрипкиной. Ростов-на-Дону, 2006. С. 323–324.
13. Методика «Доверие к себе» Т. П. Скрипкиной // Доверие в социально-психологическом взаимодействии / под ред. Т. П. Скрипкиной. Ростов-на-Дону, 2006. С. 318–322.
14. Методика «Толерантность в общении» // Фетискин Н. П., Козлов В. В., Мануйлов Г. М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М., 2005. С. 149–153.

15. Методика «Диагностика уровня эмпатии» (И. М. Юсупов) // Ильин Е. П. Психология общения и межличностных отношений. СПб.: Питер, 2012. С. 453–455.
16. Методика «Самоконтроль в общении» (М. Снайдер) // Ильин Е. П. Психология общения и межличностных отношений. СПб.: Питер, 2012. С. 504–505.
17. Методика «Оценка способов реагирования в конфликте» (К. Н. Томас) // Ильин Е. П. Психология общения и межличностных отношений. СПб.: Питер, 2012. С. 431–432.
18. Мур Б. Социальные истоки диктатуры и демократии. Роль помещика и крестьянина в создании современного мира. М.: Высшая школа экономики, 2016. 488 с.
19. Назарова Е. А. Турбулентность норм современного общества: концепция «нормальной аномии» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2018. Т. 18. № 2. С. 361–367.
20. Образование: сокрытое сокровище (Learning: The Treasure Within): Основные положения Доклада Международной комиссии по образованию для XXI века [Электронный ресурс]. URL: <https://ifap.ru/library/book201.pdf> (дата обращения: 15.03.2021).
21. Орлова Э. А. Социокультурные предпосылки модернизации в России // Библиотека в эпоху перемен: дайджест. Вып. 2 (10). М.: Пашков дом, 2001. С. 2–14.
22. Парсонс Т. Социальная система. М.: Академический проект, 2018. 529 с.
23. Скрипкина Т. П., Тутова Е. А. Доверие в структуре профессиональной компетентности учителя // Российский психологический журнал. 2008. Т. 5. № 1. С. 45–51.
24. Скрипкина Т. П. Типы доверительных отношений и коммуникативная компетентность учителя // Человек в современном мире: кризис и глобализация / сост., под ред. М. ле Шансо, И. Э. Соколовской. М.: Энциклопедист-Максимум, 2020. С. 215–225.
25. Смакотина Н. Л. Основы социологии нестабильности и риска: философский, социологический и социально-психологический аспекты. М.: КДУ, 2009. 241 с.
26. Федотова М. Г. К содержанию понятия «транзитивное общество» // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2010. № 1-4. С. 28–31.
27. Феофанов К. А. Цивилизационная теория модернизации. М.: Дашков и К°, 2019. 217 с.
28. Харин Ю. А. Современный цвишенизм: реалии и перспективы человека как социоантропной реальности // Субъективные притязания и объективная логика в развитии общества переходного типа / под ред. Ч. С. Кирвеля. Гродно, 1998. С. 150–152.
29. Черных С. И., Борисенко И. Г. Изменения экосистемы образования в условиях турбулентного социума // Высшее образование в современном мире: история и перспективы: международная междисциплинарная коллективная монография / сост., под ред. М. Ле Шансо, И. Э. Соколовской. 2-е изд., доп. М.: Энциклопедист-Максимум, 2020. С. 83–95.

30. Штомпка П. Социальное изменение как травма // Социологические исследования. 2001. № 1. С. 6–16.
31. Щекотин Е. В. Социальное управление в турбулентном обществе: вопросы безопасности и риска // Социум и власть. 2016. № 1 (57). С. 87–92.
32. Эйзенштадт Ш. Срывы модернизации [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. 2010. № 6 (74). URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2010/6> (дата обращения: 15.03.2021).
33. Яницкий О. Н. Социология риска. М.: LVS, 2003. 192 с.
34. Douglas M. Risk as forensic resource // *Daedalus: The journal of the American Academy of Arts and Sciences*. 1990. № 119 (4). P. 1–16.
35. Skripkina T. P. The main provisions of the concept of confidential relations of the person // *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*. Moscow: Future Academy, 2019. P. 651–657.

REFERENCES

1. Asmolov A. G. [Contemporary psychology: challenges of uncertainty, complexity and diversity]. In: *Psikhologicheskie issledovaniya* [Psychological research], 2015, vol. 8, no. 40. Available at: <http://psystudy.ru> (accessed: 15.03.2021).
2. Asmolov A. G., Shekhter E. D., Chernorizov A. M. [Pre-adaptation to uncertainty as a strategy of developing navigation systems: routes of evolution]. In: *Voprosy psikhologii*, 2017, no. 4, pp. 3–26.
3. Akhiezer V. S. [Philosophical foundations of socio-cultural theory and methodology]. In: *Voprosy filosofii* [Philosophy questions], 2000, no. 9, pp. 29–45.
4. Babosov E. M. *Osnovy ideologii sovremennogo gosudarstva* [Fundamentals of the ideology of the modern state]. Minsk, 2004. 352 p.
5. Beck U. Risk Society: Towards a New Modernity (Russ. ed.: Sidel'nik V., Fedorova N., transl. *Obshchestvo riska: Na puti k drugomu modernu*. Moscow, Progress-Traditsiya Publ., 2000. 384 p.).
6. Gershenkron A. *Ekonomicheskaya otstalost' v istoricheskoi perspektive* [Economic backwardness in historical perspective]. Moscow, Delo Publ., 2015. 536 p.
7. Giddens E. [Consequences of modernity]. In: Inozemtsev V. L., ed. *Novaya postindustrial'naya volna na Zapade* [New post-industrial wave in the West]. Moscow, Academia Publ., 1999, pp. 101–122.
8. Gusel'tseva M. S., Konchalovskaya M. M., Khuzeeva G. R. [Multifactoriality as a principle of studying the development of adolescent identity in the modern world]. In: *Mir psikhologii* [The world of psychology], 2016, no. 1, pp. 224–237.
9. Zubarevich N. V. *Regiony Rossii: neravenstvo, krizis, modernizatsiya* [Regions of Russia: inequality, crisis, modernization]. Moscow, Independent Institute for Social Policy Publ., 2010. 159 p.
10. Luman N. *Ponyatie riska* [The concept of risk]. Available at: https://igiti.hse.ru/data/423/313/1234/5_2_2Luhm.pdf (accessed: 15.03.2021).
11. Martsinkovskaya T. D. [Modern psychology – challenges of transitivity]. In: *Psikhologicheskie issledovaniya* [Psychological research], 2015, vol. 8, no. 42. Available at: <http://psystudy.ru> (accessed: 15.03.2021).

12. [J. Rotter's methodology "Interpersonal Trust Scale" ITS (the methodology is translated and adapted by S. A. Dostovalov)]. In: Skripkina T. P., ed. *Doverie v sotsial'no-psikhologicheskom vzaimodeistvii* [Trust in social and psychological interaction]. Rostov-on-Don, 2006, pp. 323–324.
13. [Methodology "Self-confidence" by T. P. Skripkina]. In: Skripkina T. P., ed. *Doverie v sotsial'no-psikhologicheskom vzaimodeistvii* [Trust in social and psychological interaction]. Rostov-on-Don, 2006, pp. 318–322.
14. [Methodology "Tolerance in communication"]. In: Fetiskin N. P., Kozlov V. V., Manuilov G. M. *Sotsial'no-psikhologicheskaya diagnostika razvitiya lichnosti i malykh grupp* [Socio-psychological diagnostics of the development of personality and small groups]. Moscow, 2005, pp. 149–153.
15. [Methodology "Diagnostics of the level of empathy" (I. M. Yusupov)]. In: Ilyin E. P. *Psikhologiya obshcheniya i mezhlchnostnykh otnoshenii* [Psychology of communication and interpersonal relations]. St. Petersburg, Peter Publ., 2012, pp. 453–455.
16. [Methodology "Self-control in communication" (M. Snyder)]. In: Ilyin E. P. *Psikhologiya obshcheniya i mezhlchnostnykh otnoshenii* [Psychology of communication and interpersonal relations]. St. Petersburg, Peter Publ., 2012, pp. 504–505.
17. [Methodology "Assessment of methods of reaction in a conflict" (K. N. Thomas)]. In: Ilyin E. P. *Psikhologiya obshcheniya i mezhlchnostnykh otnoshenii* [Psychology of communication and interpersonal relations]. St. Petersburg, Peter Publ., 2012, pp. 431–432.
18. Mur B. *Sotsial'nye istoki diktatury i demokratii. Rol' pomeshchika i krest'yanina v sozdanii sovremennogo mira* [Social origins of dictatorship and democracy. The Role of the Landowner and the Peasant in the Creation of the Modern World]. Moscow, High School of Economics Publ., 2016. 488 p.
19. Nazarova E. A. [Turbulence of the norms of modern society: the concept of "normal anomie"]. In: *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sotsiologiya* [Peoples' Friendship University of Russia. Journal of Sociology], 2018, vol. 18, no. 2, pp. 361–367.
20. *Obrazovanie: sokrytoe sokrovishche (Learning: The Treasure Within): Osnovnye polozheniya Doklada Mezhdunarodnoi komissii po obrazovaniyu dlya XXI veka* [Education: the hidden treasure (Learning: The Treasure Within): The main provisions of the Report of the International Commission on Education for the XXI century]. Available at: <https://ifap.ru/library/book201.pdf> (accessed: 15.03.2021).
21. Orlova E. A. [Socio-cultural preconditions of modernization in Russia]. In: *Biblioteka v epokhu peremen. Vyp. 2 (10)* [Library in an era of change. Iss. 2 (10)], Moscow, Pashkov dom Publ., 2001, pp. 2–14.
22. Parsons T. *Sotsial'naya sistema* [Social system]. Moscow, Academic Project Publ., 2018. 529 p.
23. Skripkina T. P., Tutova E. A. [Trust in the structure of the teacher]. In: *Rossiiskii psikhologicheskii zhurnal* [Russian psychological journal], 2008, vol. 5, no. 1, pp. 45–51.

24. Skripkina T. P. [Types of trusting relationships and teacher]. In: Le Chanceaux M., Sokolovskaya I. E. comps., eds. *Chelovek v sovremennom mire: krizis i globalizatsiya* [Man in the modern world: crisis and globalization]. Moscow, Entsiklopedist-Maksimum Publ., 2020, pp. 215–225.
25. Smakotina N. L. *Osnovy sotsiologii nestabil'nosti i riska: filosofskii, sotsiologicheskii i sotsial'no-psikhologicheskii aspekty* [Foundations of the Sociology of Instability and Risk: Philosophical, Sociological and Sociopsychological Aspects]. Moscow, 2009. 241 p.
26. Fedotova M. G. [To the content of the concept of “transitive society”]. In: *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta* [Bulletin of the Vyatka State Humanities University], 2010, no. 1–4, pp. 28–31.
27. Feofanov K. A. *Tsivilizatsionnaya teoriya modernizatsii* [Civilization theory of modernization]. Moscow, Dashkov i K° Publ., 2019. 217 p.
28. Kharin Yu. A. [Modern Zvishenism: Realities and Perspectives of Man as a Socioanthropic Reality]. In: Kirvel C. S. ed. *Cub'ektivnye prityazaniya i ob'ektivnaya logika v razvitii obshchestva perekhodnogo tipa* [Subjective claims and objective logic in the development of a transitional type society]. Grodno, 1998, pp. 150–152.
29. Chernykh S. I., Borisenko I. G. [Changes in the ecosystem of education in a turbulent society]. In: Le Chanceaux M., Sokolovskaya I. E. comps., eds. *Vysshee obrazovanie v sovremennom mire: istoriya i perspektivy: mezhdunarodnaya mezhdistsiplinarnaya kollektivnaya monografiya* [Higher education in the modern world: history and prospects: International interdisciplinary collective monograph]. Moscow, Entsiklopedist-Maksimum Publ., 2020, pp. 83–95.
30. Shtompka P. [Social change as trauma]. In: *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological research], 2001, no. 1, pp. 6–16.
31. Shchekotin E. V. [Social Governance in a Turbulent Society: Safety and Risk Issues]. In: *Sotsium i vlast'* [Society and power], 2016, no. 1 (57), pp. 87–92.
32. Eizenshtadt Sh. [Disruptions to modernization]. In: *Neprikosnovennyi zapas. Debaty o politike i kul'ture* [Emergency ration. Debates about politics and culture], 2010, no. 6 (74). Available at: <https://magazines.gorky.media/nz/2010/6> (accessed: 15.03.2021).
33. Yanitskiy O. N. *Sotsiologiya riska* [Sociology of risk]. Moscow, LVS Publ., 2003. 192 p.
34. Douglas M. Risk as forensic resource. In: *Daedalus: The journal of the American Academy of Arts and Sciences*, 1990, no. 119 (4), pp. 1–16.
35. Skripkina T. P. The main provisions of the concept of confidential relations of the person. In: *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*. Moscow, Future Academy, 2019, pp. 651–657.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 19.03.2021

Статья размещена на сайте: 23.06.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Скрипкина Татьяна Петровна – доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры социальной психологии Российского государственного гуманитарного университета; e-mail: skripkinaurao@mail.ru

Tatyana P. Skripkina – Dr. Sci. (Psychology), Prof., Department of Social Psychology, Russian State University for the Humanities; e-mail: skripkinaurao@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Скрипкина Т. П. Транзитивно-турбулентное общество: проблемы личности и образования // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru

Skripkina T. P. Transitive-turbulent society: problems of personality and education In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: evestnik-mgou.ru

УДК 811.161.1

Кузница Е. С.

Московский педагогический государственный университет
119991, г. Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1, стр. 1, Российская Федерация

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

АННОТАЦИЯ

Цель. Анализ базовых констант рекламного текста с точки зрения языковых игровых приёмов и выявление наиболее продуктивных из них.

Процедура и методы. В статье дана краткая характеристика языка рекламы и рекламного текста, языковой игры, приведены образцы современной рекламы с намеренными нарушениями речевой нормы, рассмотрены виды языковой игры. Используются метод анализа составляющих рекламного текста, метод сопоставления языковых средств и метод прогнозирования информативно-воздействующей функции созданного текста.

Результаты. Исследование показало, что языковая игра реализуется в рекламном тексте на всех уровнях языка, кроме того, один вид игры может стать инструментом создания другого. Как наиболее продуктивные выявлены словообразовательная, морфологическая и синтаксическая формы языковой игры.

Теоретическая и/или практическая значимость. Собранный материал позволяет определить современные тенденции создания рекламного текста средствами языка, сделанные наблюдения и выводы могут помочь рекламодателям в построении и оформлении текстов рекламы.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

рекламный текст, базовые константы рекламного текста, рекламное имя, слоган, языковая игра

СТРУКТУРА

Введение

Результаты авторского исследования.

Функции языковой игры в рекламном тексте

Языковая игра на разных уровнях языковой системы

Заключение

E. Kuznitsina

Moscow Pedagogical State University
1 str. 1 ul. Malaya Pirogovskaya, Moscow 119991, Russian Federation

LANGUAGE GAME AS A MEANS OF CREATION AND FUNCTIONING OF ADVERTISING TEXT

ABSTRACT

Aim. The study analyses basic constants of advertising text in terms of language game techniques and identifies the most productive among them.

Methodology. The article outlines concise characteristic of advertising and advertising text language, of language game. The paper considers examples of modern advertising with intentional destruction of language norms and types of language game. To carry out of the research the following methods were used: the analysis method of advertising text elements, the method of linguistic means comparing, the method of forecasting the informative and influencing functions of text.

Results. The research found that the language game is realized at all levels of language. One type of language game can be a tool for creation of other type. The most productive techniques are morphological, derivational and syntactical forms of language game.

Research implications. Collected data allow determining modern trends of creation of advertising text by the linguistic means. The observations and conclusions can assist advertisers in construction and design of advertising texts.

KEYWORDS

advertising text, basic constants of advertising text, advertising name, slogan, language game

ВВЕДЕНИЕ

Язык рекламы – это сфера массовой коммуникации, особенности которой формируются под влиянием целей и специфики рекламного дискурса. Реклама активно использует язык как главный инструмент коммуникации. Эффективность рекламы оценивается с экономической (целесообразно ли вложение средств) и коммуникативной точек зрения. Коммуникативная эффективность подразумевает положительный результат контакта рекламы с потребителем, при котором происходят: привлечение внимания покупателя к рекламе, обеспечение её запоминания, формирование позитивного отношения к рекламному предложению, интереса к рекламируемому продукту, решения о покупке [9, с. 12–13]. Коммуникативная эффективность, таким образом, всецело зависит от рекламного сообщения, которое, как правило, вербализовано – создано средствами языка.

Рекламный текст используется с целью реализовать презентуемый продукт, его структура подчиняется следующим требованиям:

- информативности – рекламное сообщение даёт потребителю сведения о рекламируемом продукте или услуге;
- краткости и лаконичности – короткий и понятный текст имеет большую вероятность быть прочитанным и понятым;

- новизны – оригинальное рекламное сообщение выделяет рекламируемый продукт среди аналогичных и придаёт ему черты уникальности;
- эстетичности и выразительности – рекламный текст и формой, и содержанием призван вызывать положительные ассоциации у потребителя, позитивное отношение как к рекламе, так и к рекламируемому товару;
- эмоциональности – эмоциональная составляющая формирует отношение потребителя к рекламе и продвигаемому продукту – симпатию, антипатию, противоречивые эмоции, вызывает отклик.

При выполнении всех вышеперечисленных критериев рекламный текст достигает своей цели, является коммуникативно эффективным.

Рекламный текст – подготовленное сообщение в устной или письменной форме, обращённое к широкой аудитории, ориентированное на донесение определённой информации и преследующее конкретную коммерческую цель – привлечение внимания потенциальных покупателей к рекламируемому объекту. Текст рекламы составляют:

1. Логотип – эмблема компании в виде графического символа, фирменный знак, представляющий компанию и её продукцию на рынке. Так, логотип компании Mercedes-Benz – трёхконечная звезда в круге.

2. Слоган – краткое, как правило, экспрессивное обращение-призыв к потенциальному покупателю, выражающее основную идею компании, формирующее её имидж. Например, слоган косметической компании Maybelline: *Все в восторге от тебя, а ты от Maybelline!* – формирует представление о высоком качестве продукции компании, от которой «в восторге» потребительница, снискавшая восхищение окружающих своей внешностью благодаря данной косметике.

3. Основной текст рекламного предложения, содержащий имя товара (рекламное имя) и его характеристики, – уникальное торговое предложение.

4. Контакты компании: адрес и телефон.

Рекламный текст как коммуникативное целое состоит из заголовка (зачина), основной части и эхо-фразы, завершающей сообщение [6, с. 21]. Слоган и рекламное имя являются базовыми константами рекламного сообщения и фигурируют во всех текстах в рамках одной рекламной кампании. Эти константы и будут рассмотрены в данной статье.

В условиях избытка информации и перенасыщения информационного пространства рекламой коммерческие сообщения используют не только выразительный визуальный и аудиальный контент, но и разнообразные манипуляции с языковыми средствами, в число которых входит языковая игра.

Согласно «Стилистическому энциклопедическому словарю русского языка», языковая игра – это «определённый тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка, т. е. на деструкции речевой нормы с целью создания неканонических языковых форм и структур, приобретающих в резуль-

тате этой деструкции экспрессивное значение и способность вызывать у слушателя / читателя эстетический и в целом стилистический эффект» [1, с. 657].

В. 3. Санников характеризует языковую игру как «некоторую языковую неправильность, осознаваемую и намеренно допускаемую говорящим» [8, с. 23]. Иными словами, языковая игра – это намеренное отступление от языковой нормы с определённой целью. Такое ненормативное употребление открывает два содержательных плана, эффект «двойного дна», осознаваемый реципиентом. Лингвист выделяет следующие функции языковой игры: дискредитирующую (ироничную), языкотворческую, развлекательную, маскировочную. В рекламном тексте, как правило, реализуются только языкотворческая и развлекательная функции языковой игры. Рекламное сообщение призвано обеспечить реализацию продвигаемого товара, а для этого оно должно привлечь внимание потребителя. При этом удачный многократно повторяющийся в рекламных кампаниях слоган с деструкцией нормы может запоминаться и воспроизводиться носителями языка в качестве фразеологизма (*Не тормози – сникерсни!*).

РЕЗУЛЬТАТЫ АВТОРСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ.

ФУНКЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

Применительно к особенностям рекламного текста можно выделить следующие функции языковой игры:

1. Являясь нарушением речевой нормы, языковая игра привлекает внимание реципиента оригинальностью оформления и содержания текста, тем самым выделяя рекламное сообщение в информационном потоке.

2. Языковая игра предлагает реципиенту новый способ дешифровки содержания рекламного текста, вовлекает его в игру на понимание и узнавание замысла рекламиста, замедляет процесс понимания текста. Такая реклама доставляет реципиенту удовольствие. Высокая оценка реципиентом изобретательности рекламного сообщения ведёт к позитивному восприятию рекламируемого объекта.

3. Языковая игра позволяет создать уникальный рекламный текст. Воспринимая рекламу как единственную в своём роде, реципиент приписывает такое же свойство рекламируемому объекту и останавливает свой выбор на нём среди сходных товаров других торговых марок.

4. Языковая игра выступает эффективным средством экономии рекламного пространства, поскольку посредством намеренного нарушения языковых норм в границах одного окказионального образования совмещаются смыслы двух и более слов.

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА НА РАЗНЫХ УРОВНЯХ ЯЗЫКОВОЙ СИСТЕМЫ

Языковая игра в рекламном тексте может проявляться на всех уровнях языка.

К **фонетической** языковой игре относятся совместное употребление слов, имеющих сходный звуковой состав (слоган магазина мебели *Есть идея – есть IKEA*), использование звукоподражательных слов (магазин товаров для курения *Пых-пых*), стилизация под определённую манеру произношения (слоган энергетического напитка *Red Bull окрыляет!*), использование в пределах одного текста омонимов, омоформ-омофонов (слоган кваса *Квас не кола, пей «Николу»!*). Такие приёмы используются для дефиниции продукции, вербального изображения аудиального контента, звучности слогана. Стоит отметить, что фонетическая игра не является популярным приёмом создания рекламного текста, часто сопровождается отступлением от орфографических и фонетических норм, орфографическими ошибками, вводящими в текст дополнительные коннотации и поддерживающими ритмическое устройство фразы [5, с. 55].

Рекламные тексты активно используют приёмы **морфологической** игры. Её сущность состоит в создании окказиональных грамматических форм на основе рекламного имени или наиболее важного признака рекламируемой продукции. Так, например, в слогане майонеза *Самый провансальный Провансаль* от рекламного имени как производящей базы образовано прилагательное *провансальный*, причём в слогане оно представлено в форме аналитической превосходной степени. Широко известный образец морфологической игры – слоган шоколадного батончика *Сникерс: Не тормози – сникерсни*. Следует отметить, что трансформация рекламного имени или признака в одну из форм глагола, в частности в форму повелительного наклонения, довольно продуктивна в современном рекламном тексте. Такая модель словопроизводства придаёт базовым константам рекламного сообщения признаки акциональности, императивности, совмещает рекламное имя с действием: *Зафрутеть дружбу* – конфеты *Фрутелла*; *Праздник, чтобы #боржомить* – минеральная вода *Боржоми*; *Почистил? Полистеринь* – ополаскиватель для полости рта *Листерин*; *Холлснись – взбодрись!* – леденцы *Холлс*, *Дессертни* – слоган в кафе *Бургер Кинг*; *Кэшбэч на всём!* – слоган *МТС*. Такие единицы в границах рекламного текста привлекают внимание своей окказиональностью, новизной, при этом оформлены по традиционным словообразовательным моделям.

Игровое отношение к слову, способное выразить неожиданные смысловые коннотации и существенно расширить семантический контекст высказывания в целом, последовательно реализуется на словообразовательном уровне [2, с. 52]. **Словообразовательная** языковая игра основана на экспрессивном (оценка номинативной единицы), компрессивном (сокращение одной и более номинативных единиц при сохранении смысла) и стилистическом словообразовании (дериват отличается от производящего слова стилистической окраской). Особое значение в словообразовательной игре имеет окказиональное словообразование. Окказиональные слова характе-

ризуются тем, что при их производстве происходит сознательная деструкция законов построения лексических единиц, норм языка. Так, присоединяясь к русскоязычным корням, сегменты заимствованных слов актуализуются и приобретают значение аффиксов (магазины *Вкуснотека* и *Винотека*, компания *Суперсуп*, *Стилисимо* – магазин одежды). Широко используются окказионализмы, созданные по узуальным моделям словообразования, что придаёт рекламному тексту дополнительный смысл (слоган напитка *Бодрит* и *тархунизирует* – окказионализм *тархунизирует* образован аналогично глаголам *мобилизовать*, *тонизировать*; *ЗОЖно всё!* – слоган продуктовой сети *Перекресток*, предикат образован по узуальной адъективной словообразовательной модели и употреблён в краткой форме). Кроме того, производство окказиональных единиц по узуальным словообразовательным моделям является инструментом морфологической игры, рассмотренной выше.

Продуктивна для создания рекламного текста языковая игра, основанная на окказиональном словообразовании, а именно на приёме контаминации – «образование нового слова путём скрещивания, объединения двух слов или частей слов» [7, с. 37], поскольку слияние двух слов в одно при сохранении и совмещении смысла экономит рекламное пространство, является оригинальным, создаёт эффект двойного дна. Так, компания по производству дверей *Бульдорс* совмещает в названии два существительных: *бульдоз* и заимствованное *дорс* (от англ. *doors* – *двери*), в контаминированном названии тем самым совмещается направленность компании и характеристика продукции – надёжные защитные свойства входных дверей данной марки. Контейнер *Лимонилище* – дословно *хранилище для лимона*. В слогане лекарственного средства *Гексорал – болезнетушитель № 1* – контаминированная структура образована из компонентов *болезнь* и *огнетушитель* и характеризует препарат как оказывающий экстренную помощь и эффективный для лечения. Кроме контаминации, языковая игра на словообразовательном уровне реализуется в форме повторов-отзвучий: *Siberica-Биберика* – детская серия косметики *Natura Siberica*, слоган конфет *Mamba: Фантастик-Мамбастик!* Такой приём характерен для продукции, рассчитанной на детскую аудиторию, так как стилизует базовые константы рекламного текста под детское речетворчество, придаёт каламбурность и удобопроизносимость.

В качестве разновидности языковой игры можно выделить **игру с прецедентными феноменами** в языке, основанную на нарушении законов языкового ожидания: слоган тарифа компании *Теле2: Переведи бабушку в интернет* – использует прецедентную ситуацию советского прошлого, когда тимуровцы оказывали помощь пожилым людям, в частности *переводили бабушек через дорогу*. Слоган лекарственного препарата *Тримедат: Жизнь и порядок* – трансформированное название сериала *Закон и порядок*. В рекламных роликах часто используют трансформированные прецедентные имена для создания определённого образа героя: *Шуб Мороз* из рекламного ролика

магазина кожи и меха *Снежная королева*, *Джин Отривин* из рекламы лекарственного спрея. Активно используются прецедентные феномены также в рекламных именах: гематоген *Крокодил Гематогена* (Крокодил Гена), столовая *Мадам Повари* (роман Гюстава Флобера «Мадам (госпожа) Бовари»), подставка под чашку *Аэропорт Чашкометьево* (аэропорт Шереметьево). Прецедентные феномены в слогане и рекламном имени обостряют внимание потребителя. Использование же трансформированных цитат и имён ставит перед реципиентом ряд задач, «заставляя его то просто вспомнить знакомый текст, то разгадать загадку, проделав более или менее длинный ряд умозаключений, чтобы понять замысел отправителя текста» [3, с. 726].

В качестве отдельного вида языковой игры выступает **семантическая игра** – игра с полисемией лексических единиц, основанная на неоднозначности стилевой принадлежности слов, и игра на базе омонимии лексем. Так, в слогане строительной компании *Мортон: Баксик сорвался с цепи?* – слово *Баксик* выступает в роли клички собаки и в жаргонном словоупотреблении обозначает уменьшительно-ласкательное наименование доллара, что обгрызает ситуацию с возросшим курсом валют. В слогане сервиса бесплатных объявлений *Юла: Юла крутится за вас* – глагол используется по отношению к юле как к детской игрушке в прямом значении ‘вращаться’, но контекст фразы и направленность рекламируемого сервиса также указывают на второе значение – разговорное и переносное ‘хлопотать’. Кроме того, в качестве языковой игры используются непривычные лексические сочетания компонентов – слоган: *Новый Jacobs 4 в 1. Безбашенный вкус!*

Графическая игра, как правило, выступает инструментом для создания словообразовательной или морфологической языковой игры, облегчает их поиск и понимание. Графическая игра заключается в шрифтовом выделении, совмещении латиницы и кириллицы, использовании знаков препинания и символов. Так, частотно использование знака хештег #, характерного для социальных сетей. Слово, предваряемое значком решетки, облегчает поиск сообщений по определённой теме, кроме того, оригинальный хештег может быть поддержан достаточным количеством пользователей, что способствует росту частотности употребления. Рекламная кампания, таким образом, начинает реализовываться простыми пользователями. Примеры графической игры: парикмахерская *ЧубChic* – совмещение латиницы и кириллицы, *МАН-ДАРИМ в Дикси* – шрифтовое выделение, магазин *7я* – использование цифр, алко-маркет *Красное&Белое*; *Праздник, чтобы #боржомить* – слоган минеральной воды *Боржоми* – использование символов.

Для создания языковой игры на **синтаксическом** уровне в слоганах и текстах используются парцелляция, сегментированные конструкции, вопросно-ответные единства, антитеза, градация, эллипсис, номинативные образования и именные цепочки, односоставные предложения [4, с. 37]. Парцеллированные конструкции благодаря паузам между неполными предложениями привлека-

ют и удерживают внимание: *Мастеровит. Надёжно. Честно. В срок.* Номинативные предложения также экономят рекламное пространство и акцентируют внимание реципиента на качестве рекламируемой продукции: *Терем. Брус. Совершенство в каждой детали.* Вопросно-ответные конструкции призывают реципиента к диалогу и дают готовое решение поставленного вопроса: *Работа из дома? Delivery Club доставит еду со скидкой.* Сегментированные конструкции отграничивают рекламное имя от характеристики свойств продукции, тем самым представляя чёткую доказательную структуру рекламного текста или слогана: *Группа Самолет. Там, где квартиры перестают быть мечтой.* Намеренные повторы акцентируют внимание реципиента на нужном слове: *Банк, с которым все хорошо. Почта Банк; Семья магазинов Магнит. Давайте дружить семьями; Жизнь на всю оставшуюся жизнь (фонд Вера).* Для усиления выразительности рекламного текста используются антитезы, синтаксический параллелизм, сравнения: *Зодак. Жизни – да, аллергии – нет; Снизу вкус, сверху польза! (двухслойный творог); Спасибо. Слово волшебное, а скидки реальные; Есть перерыв. Есть Kit-Kat; Нуروفен. Быстрее, чем обычные таблетки.*

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, для создания оригинального рекламного текста и базовых рекламных констант активно используется языковая игра, реализующаяся на всех уровнях языка. Кроме того, в пределах одной рекламной единицы часто сосуществуют несколько видов языковой игры, один из которых является инструментом создания другого. Так, графическая игра выступает инструментом создания словообразовательных игровых приёмов, а словообразовательная игра является условием реализации морфологической языковой игры. Языковые средства, создающие тот или иной эффект, находятся во взаимодействии, что можно объяснить связью всех уровней языка как системы. Использование языковой игры отвечает требованиям краткости, оригинальности, информативности рекламного текста.

Применительно к рекламным именам стоит говорить о фонетическом, словообразовательном, морфологическом, графическом видах языковой игры, при которых деформация языковой нормы происходит внутри слова. Наиболее частотными для рекламных имён являются словообразовательная и морфологическая языковые игры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Данилевская Н. В. Языковая игра // *Стилистический энциклопедический словарь русского языка* / под ред. М. Н. Кожинной. М: Флинта, 2003. С. 657–660.
2. Дедова О. В., Григорьева П. В. Игровое словообразование в современном русском языке // *Вестник Московского университета. Серия 9: Филология.* 2018. № 5. С. 49–64.

3. Земская Е. А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. М.: Флинта, 2014. 896 с.
4. Зимина Л. О. Стилистический облик современного рекламного текста // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 12–2. С. 36–38.
5. Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М.: Флинта, 2009. 296 с.
6. Имшинецкая И. Креатив в рекламе. М.: РИП-холдинг, 2002. 172 с.
7. Роль СМИ в демократизации и креативизации современного русского языка (круглый стол) / Е. М. Маркова, Л. В. Рацибурская, О. С. Иссерс, Ю. А. Мельник, И. П. Зайцева, Й. Сипко, М. В. Радченко // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2017. № 1. URL: <https://evestnik-mgou.ru> (дата обращения: 19.04.2020). DOI:10.18384/2224-0209-2017-1-799.
8. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки русской культуры, 1999. 544 с.
9. Fuhrich K. Mixed-language and humorous advertising slogans : PhD thesis in philosophical sciences. München, 2017. 177 p.

REFERENCES

1. Danilevskaya N. V. [Language game]. In: Kozhina M. N., ed. *Stilisticheskii entsiklopedicheskii slovar' russkogo yazyka* [Stylistic encyclopedic dictionary of the Russian language]. Moscow, Flinta Publ., 2003, pp. 657–660.
2. Dedova O. V., Grigor'eva P. V. [Game word formation in modern Russian]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9: Filologiya* [Moscow University Bulletin. Series 9: Philology], 2018, no. 5, pp. 49–64.
3. Zemskaya E. A. *Yazyk kak deyatel'nost': Morfema. Slovo. Rech'* [Language as an Activity: Morpheme. Word. Speech]. Moscow, Flinta Publ., 2014. 896 p.
4. Zimina L. O. [Stylistic appearance of modern advertising text]. In: *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal* [International research journal], 2016, no. 12–2, pp. 36–38.
5. Il'yasova S. V., Amiri L. P. *Yazykovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy* [Language play in the communicative space of media and advertising]. Moscow, Flinta Publ., 2009. 296 p.
6. Imshinetskaya I. *Kreativ v reklame* [Creative in advertising]. Moscow, RIP-holding Publ., 2002. 172 p.
7. Markova E. M., Ratsiburskaya L. V., Issers O. S., Melnik Yu. A., Zaitseva I. P., Sipko J., Radchenko M. V. [The role of the media in the democratization and creativezation of the modern Russian language (round table)]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2017, no. 1. Available at: <https://evestnik-mgou.ru> (accessed: 19.04.2020). DOI:10.18384/2224-0209-2017-1-799.
8. Sannikov V. Z. *Russkii yazyk v zerkale yazykovoi igry* [Russian language in the language game mirror]. Moscow, Yazyki russkoi kul'tury Publ., 1999. 544 p.
9. Fuhrich K. Mixed-language and humorous advertising slogans: PhD thesis in philosophical sciences. München, 2017. 177 p.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 19.05.2020

Статья размещена на сайте: 13.04.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Кузница Екатерина Сергеевна – аспирант кафедры русского языка Московского педагогического государственного университета; e-mail: katrina309@rambler.ru

Ekaterina S. Kuznitsina – Postgraduate Student, Department of the Russian Language, Moscow Pedagogical State University; e-mail: katrina309@rambler.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Кузница Е. С. Языковая игра как средство создания и функционирования рекламного текста // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru

Kuznitsina E. S. Language game as a means of creation and functioning of advertising text. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru

УДК 81-112

Райскина В. А.

Московский городской педагогический университет

129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный пр-д, д. 4, Российская Федерация

УСТНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ И КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СРЕДНЕВЕКОВОЙ РЕКЛАМЫ

АННОТАЦИЯ

Цель. Исследование особенностей устной профессиональной коммуникации в диахроническом измерении на материале средневековой устной рекламы в жанре *le cri*.

Процедура и методы. Эмпирическая база исследования включает поэму-фаблио Гийома де ла Вильнева *Les Crieries de Paris* (середина XIII в.) и анонимный гравюрный сборник *Cris de Paris* (начало XVI в.). Текстовый корпус подвергнут комплексному лингвистическому анализу. Лингвопрагматический анализ связан с выявлением языковых средств концептуализации сферы *торговля*. Лингвостатистическое исследование выявляет количественные показатели востребованности товаров / услуг и объем рынка. Лингвоаксиологический анализ направлен на изучение выражения оценочности и языковых тактик продвижения.

Результаты. Эмпирически выявлены наиболее эффективные архаичные языковые и внелингвистические тактики продвижения товара и брендинга.

Теоретическая и/или практическая значимость. Формулируется положение о перспективности диахронических исследований рекламы для выявления наиболее устойчивых и продуктивных приёмов суггестии в современной маркетинговой лингвистике. Теоретическая перспектива состоит в изучении эволюции и трансформации средств товарного продвижения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

маркетинговый дискурс, маркетинговая лингвистика, рекламный дискурс, продвигающий текст, диахроническая лингвистика, профессиональная коммуникация, *le cri*

СТРУКТУРА

Введение

Эмпирическая база исследования средневекового маркетингового дискурса

Результаты лингвопрагматического анализа компонентов средневекового маркетингового дискурса

Результаты статистического анализа компонентов средневекового маркетингового дискурса

Результаты лингвоаксиологического анализа компонентов средневекового маркетингового дискурса

Заключение

V. Rayskina

Moscow City University

4^{2nd} Sel'skhozajstvennyj pr-d., Moscow 129226, Russian Federation

ORAL PROFESSIONAL COMMUNICATION: SOCIO-CULTURAL AND COMMUNICATIVE-PRAGMATIC ASPECTS OF MEDIEVAL ADVERTISING

ABSTRACT

Aim. The article attempts to identify the characteristics of oral professional communication in diachrony based on the example of medieval oral advertising in *le cri* genre.

Methodology. The experimental basis of the study includes Guillaume de la Villeneuve's poem *Les Crieries de Paris* (XIII) and the anonymous color print *Cris de Paris* (XVI). Textual corpus is complexly analyzed using linguistics methods. Linguopragmatic analysis is related to the identification of verbal means used to conceptualize the *market* sphere. Linguostatic method reveals some metrics of goods / services demand and market size. Linguoaxiological analysis aim is to study evaluation verbalization and promoting tactics.

Results. The study revealed different archaic effective verbal and extralinguistic tactics of product promotion and branding.

Research implications. The perspectives of the advertising diachronic study lie in the research of the most stable and productive suggestive practices in modern marketing linguistics. The theoretical perspective consists in the examination of the evolution and transformation of verbal promotion.

KEYWORDS

marketing discourse, marketing linguistics, advertising discourse, professional communication, promoting text, diachronic linguistics, *le cri*

ВВЕДЕНИЕ

Культурно-исторические и коммуникативные особенности эпохи Развитого Средневековья определяют специфику зарождения маркетингового дискурса. Диахронический подход к исследованию рекламы позволяет частично смоделировать картину мира того периода, когда начинает зарождаться европейское общество потребления – феномена столь актуального в современном дискурсивном пространстве [6, с. 59]. Ретроспективное описание торговой среды прошлых лет в современных условиях глобализации дополняет экономическую картину мира, ставшего в XXI в. «всемирным рынком» [5, с. 216, 221]. В рамках теории *медиаологии* [7] Средневековье является показательным, так как свидетельствует о переходе из коммуникационного периода логосферы в графосферу в связи с изобретением печатного станка [3, с. 11]. Для активно развивающейся современной области маркетинговой лингвистики особый интерес представляет исследование уникальных жанров и форм существования продвигающих текстов.

Реклама является активно исследуемым феноменом в рамках маркетинговой лингвистики, изучающей языковую специфику продвижения товаров / услуг, а именно: особенности адресанта и адресата, языка коммуникации, эффективные стратегии воздействия и оптимальные рекламные формы, способы оценки и программирования эффективности рекламного текста [9, с. 4–5]. Рекламный дискурс представляет собой медиатор коммуникации между производителем, продавцом и потребителем. К дискурсивным характеристикам эффективной рекламы относят способность привлечения внимания потребителя, запоминаемость и воспроизводимость [15, с. 77]. В задачи рекламы включают информирование и воздействие на адресата с целью совершения сделки [1, с. 438].

Этимология лексемы *реклама* (лат. *reclamare* – «appeler plusieurs fois à haute voix¹») указывает на основную функцию передачи информации и согласуется с устной формой бытования рекламы (*cri*), которая является объектом настоящего исследования. Вместе с тем романская лексема *publicité* («action de porter à la connaissance du public²») с корнем *public* («de propriété ou d'usage commun³») подчёркивает массовый характер адресата рекламы.

Эпоха западноевропейского Средневековья характеризуется укреплением феодального экономического уклада, направленного на рост производства, а также повышением роли городов и формированием культуры урбанизма и городского класса. В этой связи наряду с административным и религиозным центрами средоточие городской жизни происходит на рынках и торговых площадях. Данный социальный фактор явился причиной формирования потребности в рекламе, порождаемой в нескольких форматах: устно-музыкальном, визуальном и письменном. В то же время в условиях дефицита текстовой информации, отсутствия газет и брошюр устная форма была наиболее эффективной и доступной для распространения социальной и рекламной информации.

Ситуация на средневековой торговой площади по информационной наполненности сравнима с современными условиями непрерывной включённости людей «в аудиовизуальные потоки» коммуникации [4, с. 55]. По этой причине звучание средневекового городского торгового центра квалифицируют как *brouhaha* (гомон), *bric-à-brac sonore* (звуковой базар) [16]. Кроме того, актуальным представляется изучение устного продвигающего текста в условиях «поголовной неграмотности населения» эпохи Средневековья [6, с. 60]. Данный контекст послужил причиной для формирования особого класса речедеятелей – уличных торговцев, чей род занятий состоял в *устной профессиональной речевой деятельности*.

¹ *Звать, вслух громко называть несколько раз* – Dictionnaire historique de la langue française. Nouvelle édition augmentée [Электронный ресурс] / dir. A. Rey, M. Tomi, Ch. Tanet, T. Hordé. URL: <http://scans.library.utoronto.ca> (дата обращения: 18.05.2020).

² *Донесение до публики, информирование общественности* – Ibid.

³ *Принадлежащее всем или используемое общественно* – Ibid.

Первой формой рекламы эпохи Развитого Средневековья стали *крики улицы* (*les cris*) – «оперативные текущие сообщения о товарах, услугах бродячих торговцев, ремесленников» [11, с. 25]. Предикат *crier* употребляется в старофранцузском языке с X в. и этимологически восходит к латинскому лексическому фонду, сохраняя значение «annoncer, clamer publiquement⁴». К XIII в. *доходным делом* [3, с. 16] становится деятельность *crieurs publics* – «marchand des halles», «celui qui faisait les annonces publiques», а также «celui qui annonce les prix⁵». Отметим, что в рамках выведенного Ю. В. Рождественским «закона социального деления речеделятелей» профессиональное сословие уличных *crieurs* следует отнести к классу грамотных людей умственного труда [12, с. 361–363].

Чтобы подобрать наиболее адекватный русский эквивалент для номинации передвижных уличных торговцев без стилистической маркированности («крикун»), обратимся к словарю русского языка⁶. Для обозначения лица, оповещавшего народ и доносившего в устной форме информацию о различных событиях и объявлениях, используется лексема *глашатай*, восходящая к корню *глас* (*голос*). Этимологически близка лексема *засывала* с корнем *звать* (маркировка *просторечие* и *устаревшее слово*), обозначающая того, кто занимался привлечением покупателей, выкрикиванием предложений приобрести товар. Вместе с тем лексема *бирюч* / *бирич* использовалась в X–XVII вв. для обозначения административных глашатаев, доносивших до народа княжеские приказы. Немецкая заимствованная лексема *герольд* (нем. *heralt* – посыльный) используется для наименования средневековых профессиональных придворных вестников, глашатаев и распорядителей. Таким образом, синонимический ряд русских лексем, транслирующих значение французского термина *crieur*, включают следующие профессиональные номинации: *глашатай*, *провозвестник*, *бирюч* / *бирич*, *вестник*, *возвеститель*, *герольд*, *засывала*, *закликала*.

Устная профессиональная коммуникация [3, с. 11] является основным видом деятельности класса средневековых уличных торговцев-глашатаев, которые осуществляли коммерческую деятельность одновременно с рекламно-продвигающей. По этой причине каждый тип продавца осуществлял продвижение своего товара в устной форме *крика* (*le cri*).

Средневековый *crieur* выполнял роль современного PR-менеджера, так как его основной задачей были привлечение внимания потребителя, реклама и продвижение товара / услуги. Уникальным профессиональным требованием было владение словесным мастерством, ораторским и ри-

⁴ Публично заявлять, кричать, информировать – Ibid.

⁵ Рыночный торговец, тот, кто оглашает публичные заявления, цены на товары – Ibid.

⁶ Данные анализа приведены по словарю МАС – Малый академический словарь русского языка : в 4 т. [Электронный ресурс] / под ред. А. П. Евгеньевой. URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/default.asp> (дата обращения: 17.05.2020).

торическим искусством, поэтическим слогом [16, р. 18]. При постоянном повторении рекламных формулировок глашатаи, как и средневековые переписчики, проявляли «креативность за счёт “приписывания” тексту особых черт» [3, с. 13]. Своеобразное паратекстовое оформление рекламных криков включало вступительный призыв в императивной форме *ouez ouez* (слушайте, слушайте), а также музыкальное сопровождение (рог, труба, барабан). В этом проявляется особенность устного текста сочетаться со «смежными семиотическими системами»: мимикой, жестикующей, музыкальным сопровождением [12, с. 359].

К обязанностям уличного глашатая, кроме рекламирования товаров / услуг, относим анонс различных событий городского, регионального или государственного уровня: приезд короля, исход битвы, смерть, опасность нападения диких или бродячих животных, преступления, религиозные даты, судебные и налоговые нововведения. Социальные функции зазывал заключаются также в контроле и манипулировании общественным пространством города, что привело к заложению основ общества потребления в условиях «городской индустрии» XIII в. [3, с. 15]. Соотнесим это с выделяемой в теории маркетинга социальной функцией рекламы, которая направлена на приобщение общества к системе ценностей, находящейся в прямой зависимости от социальных условий существования личности [5, с. 210] и основанной на стремлении к повышению уровня жизни и культуры потребления [8, с. 14].

ЭМПИРИЧЕСКАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ СРЕДНЕВЕКОВОГО МАРКЕТИНГОВОГО ДИСКУРСА

Эффективный рекламный текст отличается семиотической мультимодальностью, т. е. сочетанием разных сенсорных каналов передачи информации (текстовый, визуальный, акустический) [9, с. 74]. По этой причине для изучения специфики средневекового маркетингового дискурса выбраны два источника, содержащие вербальную и изобразительную составляющие рекламы.

Текстовым материалом, репрезентующим маркетинговый дискурс Средневековья, послужила поэма-фаблио 1265 г. *Les Crieries de Paris*, написанная французским уличным поэтом-жонглёром Гийомом де ла Вилльневом на старофранцузском языке. Поэма состоит из 194 стихотворных строк и посвящена перечислению различных средневековых уличных торговцев и описанию их профессионального и коммуникативного поведения. Каждому типу продавца приписывается уникальный «крик» – рекламный слоган, громко провозглашаемый в устной форме на торговых улицах и ярмарках для привлечения внимания покупателей, а также для продвижения собственного товара. Текстовым источником послужило издание 1808 г. в сборнике *Fabliaux et contes des poètes françois des XIe, XIIe, XIIIe, XIVe et XVe siècles*⁷ (шифр fr. 837, f. 246-247 Французской национальной библиотеки).

⁷ De La Villeneuve G. *Les Crieries de Paris // Fabliaux et contes des poètes françois des XIe, XIIe, XIIIe, XIVe et XVe siècles* / publ. Barbazin. Paris: Crapelet, 1808. P. 276–286.

Наиболее ранний и единственный из сохранившихся изобразительных источников средневековой рекламы – анонимный сборник начала XVI в. *Cris de Paris*⁸. Этот иконографический памятник включает 18 цветных разноразмерных гравюр на деревянной основе, на которых визуализированы торговые ремёсла и рекламные «крики». Несколько изображений сопровождаются стихотворными описаниями специфики торговли определенными товарами. Текстовым источником стал эстамп 1500–1550 гг. – гравюрный оттиск на бумаге (шифр RESERVE EST-264 Французской национальной библиотеки, отдел Arsenal).

Гравюру относят к ранней рекламе плакатной формы, которую изготавливают при помощи матричного оттиска на различных носителях (пергамент, бумага, дерево). Данный вид визуальной рекламы датируют началом XIII в., однако её расцвет приходится именно на XIV в. в связи с удешевлением технологии, распространением бумажной продукции [11, с. 27–28]. Интерес маркетингового исследования рекламной гравюры определяется неразрывной связью вербального и изобразительного элементов, которые одновременно реализовали коммуникативную, информационную и рекламирующую функции. Сочетание вербального элемента рекламы с изобразительной семиотической системой дополняет информационное качество рекламного текста [3, с. 13]. При этом наличие изображения реализовало ориентацию на средневекового «среднего» адресанта, который зачастую был малограмотным.

Таким образом, средневековая реклама, сочетая в себе текстовый, звуковой и визуальный семиотические элементы, позволяет распространять массовую информацию на все классы получателей текстов независимо от их уровня грамотности. Рекламные тексты жанра *le cri* свидетельствуют о том, что *устный речевой труд* становятся «товаром» [12, с. 369], а также «медиумом распространения» информации, упорядочивающим время и культуру [7, с. 93].

Анализируемые источники, безусловно, не исчерпывают сохранившихся памятников жанра *cri*. Крики торговцев средневековых городов запечатлены в произведениях литературы, живописи и иконографии, музыки. Уникальное «звучание» средневекового Парижа сохранено в песне *Voulez ouïr les cris de Paris* (Слушайте крики Парижа) французского композитора XVI в. Клемана Жанекена. В 1545 г. перечень уличных торговых профессий и соответствующих им слоганов расширяется до 107 в среднефранцузском трактате Антуана Трюке *Les cri de Paris tous nouveaux*. К концу XIX в. парижские крики появляются в жанре исторической пьесы Альфреда Франклина *Les rues et les cris de Paris au XIIIe siècle*. Подробнейшее перечисление упоминаний и аллюзий к социокультурному феномену парижских криков в искусстве представлено в статье А. Н. Смирновой [14, с. 348–357]. Парижские крики являются ярким элементом обширного поликодового текстотипа «городских криков» (*cri de ville*): Лилль, Лион, Марсель, Ницца, Страсбург, Лондон, Брюссель, Льеж.

⁸ *Cris de Paris*. Estampe [Электронный ресурс]. URL: <http://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb436878594> (дата обращения: 16.05.2020).

РЕЗУЛЬТАТЫ ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА КОМПОНЕНТОВ СРЕДНЕВЕКОВОГО
МАРКЕТИНГОВОГО ДИСКУРСА

Обозначение профессии средневекового уличного торговца отличается номинативной вариативностью. Особый интерес представляет список номинаций, представленный в аутентичном тексте – уставе парижского прево Этьена Буало *Les Établissements des Métiers de Paris*⁹ (*Livre des Métiers*, 1268 г.), который посвящён перечислению официальных профессий, родов деятельности и ремёсел, а также соответствующих судебных, фискальных и юридических формальностей. Среди 100 ремёсел и промыслов, распространённых в Париже XIII в., фигурирует номинация *crieur / crieur*, в его обязанности входило: сообщать прохожим цены на товары / услуги, заниматься рекламой товаров / услуг, следить за законностью и честностью совершаемых на улице сделок, регламентировать продажи, делать устные анонсы городских новостей. Аттестована и форма феминитива *crieresse*.

Представлены и более узкоспециализированные профессии: *talemeliers* (продавец хлеба), *blaetiers* (продавец зерна и корма для скота), *regratiers* (торговец продуктами питания, овощами и специями) и др. Наиболее древней и многочисленной является группа *crieurs de vins*, в чьи обязанности входило ежедневно информировать городскую толпу в устной форме о ценах на вино, подаваемое в тавернах. Отметим уникальные профессии *mesureurs* и *jauteurs* – они выступали в роли посредников-гарантов между продавцом и покупателем, следили за совершаемой сделкой и отвечали за качество¹⁰. Таким образом, в устной профессиональной коммуникативной деятельности торговых глашатаев наблюдается «разделение речевого труда» [12, с. 363].

Дополним этот перечень синонимичными лексемами, объединёнными общим сигнификатом «продавец, торговец, уличный профессиональный зазывала»: *marchand, mercier ambulant, vendeur, colporteur* (обязательным атрибутом последнего является сумка с товаром, который продавец носит на спине). На гравюрах *Cris de Paris* содержатся дополнительные номинации-пояснения для профессий: *le verrier* (продавец стеклянных товаров), *le crieur d'oublie* (продавец особого вида выпечки – облатки), *le *atalangueille (crieur des vieux fers et vieux drapeaux* – скупщик ветоши), *la crieresse d'arens* (продавщица сельди).

Одним из этапов лингвопрагматического анализа особенностей средневекового устного маркетингового дискурса представляется выявление ключевых концептов сферы «торговля», которые транслируют её основные понятийные элементы. Концепт «деньги» преломляется в мар-

⁹ Boileau É. Les métiers et corporations de la ville de Paris : XIII^e siècle. Le livre des métiers [Электронный ресурс] / publ. R. de Lespinasse, F. Bonnardot. URL: <http://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb31834356x> (дата обращения: 10.05.2020).

¹⁰ Ibid.

кетинговом дискурсе, приближаясь к значению «стоимость», которое находит вербальное выражение в текстах в лексемах *pris* (цена), *billon* (биллон – вид нечеканенной монеты), *denier* (денарий), *odoles* (монета), *parcovent* (стоимость по договоренности), *despendre* (тратить). Сочетая в себе текст и изображение, средневековая монета представляла собой важный семиотический элемент городской культуры в сфере промышленности, экономики и политики [2, с. 195].

Деятельностная составляющая концептосфер «торговля» включает предикативные единицы, описывающие сделку купли / продажи или предоставление разных услуг: *achepter* (покупать), *vendre* (продавать), *doner* (отдавать, продавать), *servir* (предлагать, продавать), *rafere* и *reliere* (чинить, ремонтировать), *esclarcire* (чистить).

Особенность концептуальной сферы, связанной с распространением товаров и услуг, состоит в обязательном рекламном элементе. Продвижение товара и информирование потенциального покупателя в изучаемом дискурсе реализуются в составляющих концепта «реклама» синонимичных предикатах *braire*, *crier*, *crier son mestier* (кричать, выкрикивать наименования товаров и цены, рекламировать предоставляемые услуги), а также *dire*, *dire noveles* (информировать, распространять новости). В тексте Г. де ла Вильнева сохранились настойчивые указания на громкость криков (*moult granz cri*, *crieor grant bruit*), а также на перекрикивания и многоголосие (*crie sanz delaier*). Таким образом, рекламная коммуникация в форме *cri* служит примером «принудительного» по отношению к адресату общения [1, с. 440]. Действительно, успешность рекламной коммуникации в условиях повышенной конкуренции среди уличных торговцев напрямую зависела от настойчивости и ораторского превосходства *crieur*, а также от громкости его призыва. В связи с этим для борьбы с гамом на торговых площадях и для установления «рамки цивилизованной торговли» [8, с. 25] был введен регламентирующий документ, который предписывал штраф в размере 10 су за переманивание покупателя от другого прилавка.

Материальная составляющая концептосферы репрезентуется в текстах лексемами *denre* (товар), *preu* (прибыль, заработок) и *avoir* (материальное состояние, богатство). Наиболее яркую эмотивную окраску имеет концепт *lecherie* (искушение, соблазн, роскошь), связанный с потребительским желанием клиента.

Визуальный элемент изучаемого дискурса позволил выявить гендерную дифференциацию профессий. Изображения женщин соответствуют продаже исключительно продуктов питания, в то время как мужские торговоремесленнические профессии имеют большую вариативность. Гендерными особенностями отмечено профессиональное поведение уличных торговцев, касающееся обязательных атрибутов и инструментов. Квалификация торговцев мужского пола подчеркивается наличием специализированного оборудо-

дования: химический состав для выведения пятен, щётка для чистки одежды, точильный станок, ёрш для прочистки каминных труб. Наконец, качество предоставляемых услуг вербализуется через аксиологически окрашенные рекламные формулы: *sanz mentir* (без обмана, по-честному), *sai bien refere* (я хорошо умею), *je sai moult bien que je sai fere* (я хорошо знаю своё дело). Стратегия хвалы собственной работы реализуется посредством ключевого предиката *savoir*, который в период Средневековья имел значения «avoir la possibilité de (faire qqch.) après un apprentissage, être en mesure de pratiquer¹¹», и усиливается наречием интенсификации *bien*.

Важной маркетинговой составляющей, которая обеспечивает рекламное продвижение товара, является демонстрация продаваемого объекта. На гравюрах засвидетельствованы разнообразные приспособления, выполняющие роль «передвижных витрин»: *épi de présentation* (стойка), *malle* (сундук), *présentoir* (поднос, стенд), *courbillon* (короб), *sac* (мешок), *panier* (корзина), *pot* (кувшин). Любопытно, что изображенные персонажи женского пола носят свой товар на голове, используя подносы и корзины, в отличие от мужских персонажей, которые изображены с мешками и стендами в руках и на спине. Демонстративность и подчёркивание разнообразия товаров представляют собой эффективные маркетинговые тактики уже в эпоху Средневековья: раскрытый букварь, горючесть и яркость спичек, сочность пучка корнеплодов, свежесть и натуральность молока, которое прилетевшая птица пьёт прямо из кувшина на голове у молочницы.

РЕЗУЛЬТАТЫ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА КОМПОНЕНТОВ СРЕДНЕВЕКОВОГО МАРКЕТИНГОВОГО ДИСКУРСА

При анализе маркетинговой составляющей исследуемых источников особый интерес вызывает профессиональный состав класса уличных торговцев, изучение которого позволяет сделать вывод о востребованности определённых товаров и услуг в средневековом социуме. По совокупности двух источников профессиональный состав включает в себя 90 единиц, представляющих различные торговые и ремесленнические занятия. Семантическая классификация, предпринятая по критерию значения предоставляемого товара / услуги, позволила выделить 3 маркетинговые сферы, которые представлены в соответствии с количественными данными (рис. 1).

¹¹ *Иметь возможность делать что-либо после прохождения обучения, быть в состоянии совершать действия* – Dictionnaire historique de la langue française. Nouvelle édition augmentée [Электронный ресурс] / dir. A. Rey, M. Tomi, Ch. Tanet, T. Hordé. URL: <http://scans.library.utoronto.ca> (дата обращения: 18.05.2020).

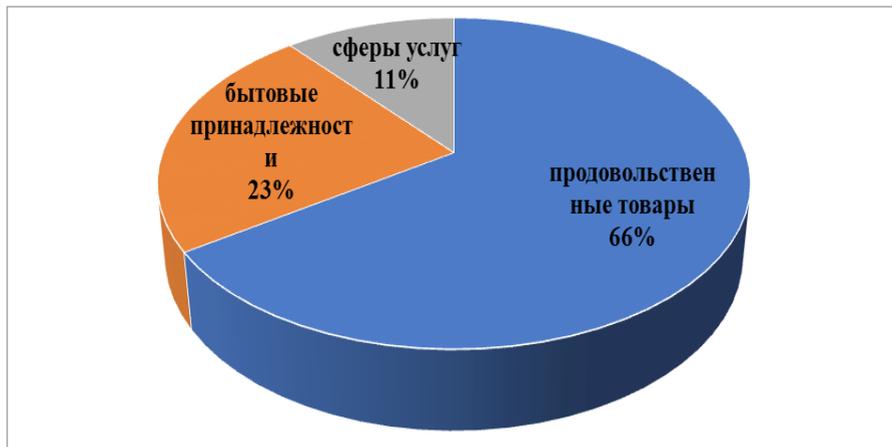


Рис. 1 / Fig. 1. Процентное соотношение спроса на товары / услуги сегментов средневекового рынка / Percentage of demand for products / services in different segments of the medieval market

В маркетинговую сферу «продовольственные товары» включены языковые единицы следующих семантических классов: овощи и фрукты (21 лексема), ягоды, орехи, специи (18), выпечка (8), молоко, яйца, мука (6), рыба и вино. Маркетинговую группу «бытовые принадлежности» составляют лексемы со значениями: дом, инструменты (14), одежда, обувь, аксессуары (5), домашняя птица и книги. Наименьшая по количественному составу группа включает 10 лексических единиц, представляющих различные услуги.

Проведённое статистическое исследование показало, что наиболее рекламируемыми и востребованными являются продовольственные товары: традиционные для данного региона овощи (салаты, корнеплоды, бобовые), фрукты (сорта яблок, груш, персиков, слив и винограда), специи и кулинарные добавки. Заметим, что спрос на специи (в основном восточного происхождения) связан с необходимостью обрабатывать и готовить мясо, которое чаще всего продавалось *«faisandé»*, т. е. выдержанным несколько дней [10, с. 280]. Большая по количественному составу лексическая группа выпечки представлена ассортиментом изделий, которые сохраняют социокультурные особенности бытовой традиционной жизни Средневековья. В частности, наряду с тематическим рядом *pain* (хлеб), *tarte* (пирог), *gastiau* (пирожное) выявлены и частные видовые названия. Например: *galete* – наиболее ранняя форма выпечки, круглая плоская лепешка, блин; *eschaudez* – вареное сладкое или соленое тесто, популярная уличная еда; *roinssole* – фаршированные жаренные сытные пирожки; *oublie* – облатка, распространённая средневековая вафлеобразная выпечка, возможно, наиболее древняя европейская выпечка. В отношении последнего изделия заметим, что профессиональная

корпорация продавцов облаток – *les oubloiers* – официально организована в 1270 г.¹². Лексический состав, представляющий продовольственный ассортимент Парижа, демонстрирует, что мучные изделия, корнеплоды и фрукты составляли основу рациона бюргерства и крестьянства в рассматриваемую эпоху [10, с. 281].

Однако наряду с товарами частого потребления на средневековых парижских улицах рекламировали и продавали экзотические товары и дорогостоящие экспортные продукты: *cornilles* (кизил), *figues* (инжир), *craspois* (засоленная китовая шкура). Употребление описательного пояснения *d'outremer* подчёркивает спрос на заморские товары (виноград, мыло). Связываем это с расширением экономических и культурных контактов в связи с Крестовыми походами и открытием Востока. Наличие рекламы специфических товаров свидетельствует об особенностях средневекового жизнеустройства: *boutons d'aiglantier* (цветки шиповника, используемые в лечебных целях), *ten* (перемолотая дубовая кора, служащая для кожевенного производства).

Рекламирование в текстах различных бытовых принадлежностей также сохранило до наших дней драгоценную культурно-историческую информацию об укладе повседневной жизни в изучаемый период. Зафиксированы товары, необходимые для ухода за домом: *aguille* (иголка), *balais* (метла), *cerciau* (обруч для бочек); товары для гигиены и ухода: *pingne* (расчёска, щётка), *savon* (мыло); предметы обихода: *nateron* и *nate* (салфетка, коврик, циновка), а также товары для обогрева, освещения, приготовления пищи: *chandoile* (свеча), *charbon* (уголь), *chaume* (солома), *aleurete* (спички), *fagot*, *cotret* (хворост). Наконец, ассортимент имеющихся в продаже текстильных товаров включает головные уборы (*chape*, *chapiou*), верхнюю одежду (*cote*), обувь (*housiau*, *soller*).

Средневековый маркетинговый дискурс содержит позиционирование услуг уличных мастеров, которые включают как традиционные, так и уникальные, культурно обусловленные ремёсла. Распространены услуги, связанные с чисткой и починкой одежды: *raccommodeur*, *dégraisseur*. Активное потребление услуг по ремонту предметов быта подтверждается использованием предикатов семантики «ремонтировать, чистить, улучшать» (*esclarcir*, *refer*, *relier*) с дополнениями, описывающими предметы ежедневного пользования: *pos d'estain* (оловянные горшки), *huche* (сундук, ящик), *banc* (скамья), *cuvier* (бак для стирки), *hanas* (пивная чаша, кубок).

Среди уникальных профессий, востребованность которых определяется особенностями средневекового жизнеустройства, представлена корпорация *étuveurs* – держателей бань и ванн¹³. Парижские банные комплексы (*étuves*) строились по восточному образцу с использованием горячего пара

¹² Le Grand Larousse gastronomique / éd. A. Mantoux. Paris: Larousse, 2007. P. 602.

¹³ Boileau É. Les métiers et corporations de la ville de Paris : XIII^e siècle. Le livre des métiers [Электронный ресурс] / publ. R. de Lespinasse, F. Bonnardot. URL: <http://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb31834356x> (дата обращения: 10.05.2020).

и посещались преимущественно ранним утром в соответствии с моральными предписаниями общества. Уличный точильщик (*rémouleur*) передвигался по городу с мобильным точильным станком (*meule*) и предоставлял услугу по заточке и чистке ножей, ножниц и других режущих предметов быта. Безопасность города зависела от профессиональных трубочистов (*ramoneur*), которые прочищали дымоходы и трубы, используя специальный инструмент – *tête-de-loup*.

РЕЗУЛЬТАТЫ ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА КОМПОНЕНТОВ СРЕДНЕВЕКОВОГО МАРКЕТИНГОВОГО ДИСКУРСА

На завершающем этапе анализа средневекового маркетингового дискурса предпринята попытка лингвоаксиологического исследования вербализации оценочности. Преломляя социальный дискурс, рекламный текст содержит элементы оценки, т. е. субъективного прагматического значения [13, с. 25].

Аксиологический элемент рекламы является необходимым и наиболее эффективным средством товарного продвижения. В исследуемом дискурсе оценка качеств собственного товара / услуги реализуется, в частности, через применение слоганов (*a la malle tache* – [полезай] в сундук, пятно; *qui plus art cler que nule estoile* – ярче любой звезды), присказок с религиозным элементом (*Diex vous doinst santé* – дай вам Бог здоровья, *por Dieu* – ради Бога), рекомендаций по использованию (*pour defuiner au matiner auev vin blanc cler pur et net* – есть на завтрак с хорошим белым вином). Частотный в современной «рыночной» речи приём призыва покупателя через повторяющиеся выкрики названия своего товара представлен в средневековом дискурсе двумя структурами: NOM+NOM (*haren soz haren soz, chapiaus chapiaus, naves naves*) и NOM+ADJ+NOM (*farine pilee farine, cornilles meures cornilles, rave douce rave*). Данная рекламная стратегия определяется в рамках перлокутивной лингвистики как суггестия – речевое воздействие и внушение на уровнях сознания, эмоций и подсознания при помощи различных языковых средств [9, с. 8].

Привлечение внимания потенциального покупателя также реализуется через апеллятивное наименование: *seignor* (господин), *voisine* (соседка), *preneors* (покупатели), *pour les grans et pour les petis* (для взрослых и для детей); через приглашение (*qui veult, qui vaut, qui veul* – кому, кто хочет); через дейктические знаки, указывающие на местонахождение продавца (*or, ça, vez ci, ça jus, or i a* – сюда, здесь, здесь есть, идите сюда).

Наконец, неотъемлемой частью маркетингового дискурса, направленного на рекламирование товара, является описание и оценка его качества, мелиоративная характеристика объекта продажи. В оценке вербализуется персуазивное (убеждающее) свойство рекламной коммуникации [9, с. 153]. Выявленные в результате лингвоаксиологического анализа 55 оценочных элементов варьируются по семантическому критерию.

Обобщённая мелиоративная характеристика включает оценочные единицы *beau, bon, joli, toz fetis* (хорошо сделанный, качественный). Мелиоративная характеристика сенсорных экстероцептивных ощущений, описывающая хороший вкус и приятный сильный запах, включает как положительные гедонические оценки: *doulce, appetissant* (вкусный), *a grant alenee, a longue alaine* (вкусно пахнущий), – так и детальные вкусовые и обонятельные характеристики: *com bausme* (с запахом пихты), *salé, poudré* (солёный), *sor* (вяленый). В выкриках также фигурируют указания на новый или бывший в употреблении товар: *troussez, viez, novel*. Частотность показала характеристика температуры (*chau* – тёплый, горячий), свежести (*frès* – свежий) и спелости (*meure, aoust* – зрелый) продовольственного товара. Описательный элемент устной рекламы включает детализацию таких объективных характеристик товара, как размер и форма: *large* (большой), *long* (длинный); состав: *a feve* (бобовый), *de bois* (деревянный), *de bouleau* (берёзовый), *de coton* (хлопковый); сведения о приготовлении и виде: *rastis* (жареный), *blanc* (белый).

Рекламная тактика привлечения покупателя реализуется в оценочных выражениях указания на низкую стоимость товара: *a bon pris, bon marchié* (выгодно, по хорошей цене), *par covent* (по договорённости); на конкретную стоимость: *le sac por .i. denier* (мешок за 1 денарий). Наряду с этим выявлено указание на высокую стоимость *la longue denree* (очень дорогой товар). Это может свидетельствовать о наличии спроса на уникальные и дорогие товары, что позволяет продемонстрировать членам общества высокую социальную роль в условиях необходимости строго следовать иерархическим нормам средневекового социума.

Нетривиально заметить, что уже в эпоху Средневековья складываются представления о марке и бренде товара. Бренд ассоциируется со свидетельством собственности и со стандартом товарного качества, является неотъемлемой процедурой в продвижении товара / услуги [9, с. 150]. Брендинг через указание происхождения определённого товара из города, провинции или страны (*traçabilité*) свидетельствует о знаке качества продаваемого изделия.

Конкуренность европейской уличной торговли порождает концепт *terroir* – происхождение товара из определённой местности, служащее знаком качества [16, р. 20]. Частотность таких характеристик происхождения (17 единиц) свидетельствует об эффективности данной маркетинговой тактики. Средневековый парижский рынок предлагал покупателям товары из различных регионов страны: *Lombardie, Etampes, Saint Rieul, Auvergne, Caillou, Orléan, Champaigne, Brie*. Приведём ряд примеров, в которых указание на географическую принадлежность товара формирует товарный знак: *figes de Melite* (мальтийский инжир), *frommage de Brie* (сыр Бри), *poires de Chaillou* (груши из Кайо).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современное общество потребления, основанное на стремлении к перманентному повышению качества жизни за счёт приобретения новых товаров / услуг, корнями уходит в средневековую городскую культуру. С образованием класса городской буржуазии в крупных европейских городах центром общественного притяжения становятся торговые площади, которые представляли собой малоорганизованный рынок, наполненный странствующими торговцами и ремесленниками или *crieurs ambulants*. Наряду с торговлей их функционал составляла речевая деятельность по созданию устной рекламы с целью продвижения своего или чужого товара / услуги. Таким образом, класс средневековых уличных рекламщиков заложил основы маркетинговой индустрии, которая является одной из основных социоэкономических отраслей в современном мире.

Материал исследования (поэма-фаблио *Les Crieries de Paris* и гравюрный оттиск XVI в. *Cris de Paris*) подбирался с учётом потребности отобразить вербальную и визуальную стороны, неотъемлемые для маркетингового дискурса. Предпринятый в рамках исследования комплексный лингвистический концептуальный анализ включает в себя следующие элементы изучения компонентов средневекового маркетингового дискурса:

– *лингвопрагматический* – исследование профессиональных номинаций, выявление ключевых концептов сферы *торговля*;

– *статистический* – количественное исследование востребованности определённых товаров / услуг в средневековом социуме, выявление наиболее объёмных маркетинговых сфер рынка: продовольственные товары, бытовые принадлежности и услуги;

– *лингвоаксиологический* – исследование вербализации оценочности, приписываемой предлагаемому товарам / услугам, выявление продвигающих аксиологических структур.

Основной результат исследования состоит в выявлении наиболее архаичных маркетинговых стратегий и тактик повышения спроса и рекламирования товаров / услуг, используемых уже в эпоху Средневековья и по настоящее время. Данные приёмы реализуют суггестивную функцию рекламного дискурса, оказывающего воздействие на потенциального потребителя с персуазивной целью внушения желания приобрести товар / услугу.

Среди языковых средств, формирующих эффективные тактики товарного продвижения в условиях конкурентного рынка, выявлено аксиологическое позиционирование изделия с мелиоративной характеристикой качества товара и привлекательной цены. Маркетинговые формулы, рекламные слоганы, присказки с религиозными значениями и рекомендации по использованию товара применялись для привлечения внимания потенциального клиента в период устного бытования рекламы. Продуктивность также пока-

зали тактики апелляции покупателя и повтора названия товара. Средневековый маркетинговый дискурс свидетельствует о зарождении товарного брендинга, реализуемого через указание происхождения и ассоциирующегося со стандартом качества. Дополнительную суггестивную функцию в рамках маркетингового дискурса выполняют внелингвистические стратегии: демонстрация продаваемого изделия с подчёркиванием изобилия и разнообразия продукции, наличие узко специализированного оборудования.

Перспектива диахронических исследований рекламного дискурса в рамках маркетинговой лингвистики лежит в изучении эволюции и трансформации стратегий и тактик продвижения товара в разных социальных и исторических условиях с целью выявления наиболее устойчивых и эффективных приёмов суггестии. Об актуальности исследования особенностей средневековой рекламы свидетельствует организованная в 2017 г. в Парижском музее *Tour Jean Sans Peur* выставка и конференция *Moyen Âge et Publicité* (Средние века и реклама). Временная экспозиция, пользовавшаяся большой популярностью среди туристов и исследователей, включала не только свидетельства средневековой рекламы, но и современные фрагменты рекламного дискурса с использованием средневековой семиотики в логотипах, оформлении, брендинге и построении слоганов. Это служит подтверждением витальности средневековой рекламной эстетики и маркетинговой традиции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Борисова Е. Г. Рекламный дискурс: в чем его особенности? // Медиалингвистика. 2018. № 5 (4). С. 436–444.
2. Васильева Е. Г. О чем лингвисту говорят денежные знаки королевской Франции? // Человек и его язык: диахрония и синхрония, новые идеи и подходы: материалы XIX Международной научной конференции Школы-Семинара им. Л. М. Скрелиной, Петрозаводск, 19–21 сентября 2019 г. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2019. С. 194–205.
3. Викулова Л. Г. Становление института письменной речи в средневековой Франции: социокультурный и коммуникативный аспекты // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2013. № 1 (37). С. 11–17.
4. Викулова Л. Г., Серебренникова Е. Ф. Структуры моделирования ценностных ориентиров дискурса социальной реальности в массмедийном коммуникативном пространстве // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория Языка. Языковое образование. 2014. № 2 (14). С. 55–63.
5. Викулова Л. Г., Серебренникова Е. Ф., Кулагина О. А. Семиметрия рефлексии о ценностях современного общества // Лингвистика и аксиология: этносемиметрия ценностных смыслов / под рук. Е. Ф. Серебренниковой, ред. Л. Г. Викулова. М.: Тезаурус, 2011. С. 196–230.
6. Игнатьева Т. Г. Презентационный дискурс в диахроническом тексте // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория Языка. Языковое образование. 2019. № 4 (36). С. 59–67.

7. Луман Н. Медиа коммуникации / пер. с нем. А. Глухова, О. Никифорова. М.: Логос, 2005. 280 с.
8. Маркетинг рекламы / М. А. Блюм и др. М.: Форум, 2009. 144 с.
9. Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста / под ред. Е. Г. Борисовой, Л. Г. Викуловой. М.: Флинта, 2020. 163 с.
10. Михайлова С. В. Гастрономические традиции в средневековой Франции // Традиционная культура в современном мире. История еды и традиции питания народов мира: материалы IV Международного научно-практического симпозиума, Москва, 15–17 ноября 2018 г. М., 2019. С. 277–284.
11. Николаева М. А. История рекламы и средств массовой информации. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2012. 174 с.
12. Рождественский Ю. В. Теория риторики. М.: Флинта, 2015. 544 с.
13. Серебренникова Е. Ф. Этносемиотика как способ лингвистического аксиологического анализа // Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов / под рук. Е. Ф. Серебренниковой, ред. Л. Г. Викулова. М.: ТЕЗАУРУС, 2011. С. 7–48.
14. Смирнова А. Н. Крики Парижа: образы мелких уличных торговцев во французской литературе // Древняя и Новая Романия. 2018. № 21. С. 348–357.
15. Ухова Л. В. «Продвигающий текст»: понятие, особенности, функции // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 3. С. 71–82.
16. Alexandre-Bidon D. À cor et à cri. La communication marchande dans la ville médiévale // Communications. 2012. № 90. P. 17–34.

REFERENCES

1. Borisova E. G. [The discourse of advertising: peculiarities]. In: *Medialingvistika* [Media linguistics], 2018, no. 5 (4), pp. 436–444.
2. Vasil'eva E. G. [What do coins of the royal France say to a linguist?]. In: *Che-lovek i ego yazyk: diakhroniya i sinkhroniya, novye idei i podkhody: materialy XIX Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii Shkoly-Seminara imeni L. M. Skrelinoi, Petrozavodsk, 19–21 sentyabrya 2019 g.* [Man and his language: diachrony and synchrony, new ideas and approaches: proceedings of the XIX International Scientific Conference of the School-Seminar named after L. M. Skrelina, Petrozavodsk, September 19–21, 2019]. Petrozavodsk, Karelian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences Publ., 2019, pp. 194–205.
3. Vikulova L. G. [Development of Script Institution in Medieval France: Socio-cultural and Communicative Aspects]. In: *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki na Dal'nem Vostoke* [Social Sciences and Humanities in the Far East], 2013, no. 1 (37), pp. 11–17.
4. Vikulova L. G., Serebrennikova E. F. [Modeling framework of evaluative referent of the social reality discourse in the mass media communication space]. In: *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Filologiya. Teoriya Yazyka. Yazykovoe obrazovanie* [Bulletin of the Moscow City University. Series: Philology. Theory of Linguistics. Linguistic education], 2014, no. 2 (14), pp. 55–63.

5. Vikulova L. G., Serebrennikova E. F., Kulagina O. A. [Semiotry of Reflection on the Values of Modern Society]. In: Serebrennikova E. F., chief ed., Vikulova L. G., ed. *Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya tsennostnykh smyslov* [Linguistics and axiology: ethnosemiometry of value meanings]. Moscow, Tezaurus Publ., 2011, pp. 196–230.
6. Ignat'eva T. G. [Presentation discourse in diachronic text]. In: *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Filologiya. Teoriya Yazyka. Yazykovo obrazovanie* [Bulletin of Moscow City University. Series: Philology. Theory of Linguistics. Linguistic education], 2019, no. 4 (36), pp. 59–67.
7. Luhmann N. Kommunikationsmedien. In: Luhmann N. *Die Gesellschaft der Gesellschaft : suhrkamp taschenbuch wissenschaft* (Russ. ed.: Glukhov A., Nikiforov O., transls. *Media kommunikatsii*. Moscow, Logos, 2005. 280 p.).
8. Blum M. A., et al. *Marketing reklamy* [Advertising marketing]. Moscow, Forum Publ., 2009. 144 p.
9. Borisova E. G., Vikulova L. G., eds. *Marketingovaya lingvistika. Zakonomernosti prodvigayushchego teksta* [Linguistics of Marketing. The laws of the promoting text]. Moscow, Flinta Publ., 2020. 163 p.
10. Mikhailova S. V. [Gastronomic traditions in medieval France]. In: *Traditsionnaya kul'tura v sovremennom mire. Istoriya edy i traditsii pitaniya narodov mira: materialy IV Mezhdunarodnogo nauchno-prakticheskogo simpoziuma, Moskva, 15–17 noyabrya 2018 g.* [Traditional culture in the modern world. The history of food and nutritional traditions of the peoples of the world: proceedings of the IV International Scientific and Practical Symposium, Moscow, November 15–17, 2018]. Moscow, 2019, pp. 277–284.
11. Nikolaeva M. A. *Istoriya reklamy i sredstv massovoi informatsii* [History of advertising and mass media]. Ekaterinburg, Ural State Pedagogical University Publ., 2012. 174 p.
12. Rozhdestvenskiy Yu. V. *Teoriya ritoriki* [Theory of Rhetoric]. Moscow, Flinta Publ., 2015. 544 p.
13. Serebrennikova E. F. [Ethnosemiometry as a method of linguistic axiological analysis]. In: Serebrennikova E. F., chief, Vikulova L. G., ed. *Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya tsennostnykh smyslov* [Linguistics and axiology: ethnosemiometry of value meanings]. Moscow, Tezaurus Publ., 2011, pp. 7–48.
14. Smirnova A. N. [The cries of Paris: Characters of Street Vendors in French Literature]. In: *Drevnyaya i Novaya Romaniya* [Ancient and New Romance], 2018, no. 21, pp. 348–357.
15. Ukhova L. V. [“Promoting text”: notion, features, functions]. In: *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik* [Verkhnevolzhskii philological bulletin], 2018, no. 3, pp. 71–82.
16. Alexandre-Bidon D. À cor et à cri. La communication marchande dans la ville médiéval. In: *Communications*, 2012, no. 90, pp. 17–34.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 21.05.2020

Статья размещена на сайте: 26.04.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Райскина Валерия Александровна – ассистент кафедры романской филологии Московского городского педагогического университета; e-mail: rayskinav@mail.ru

Valeriya A. Rayskina – Assistant Lecturer, Department of Romance Philology, Moscow City University; e-mail: rayskinav@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Райскина В. А. Устная профессиональная коммуникация: социокультурные и коммуникативно-прагматические аспекты средневековой рекламы // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru

Rayskina V. A. Oral professional communication: Socio-cultural and communicative-pragmatic aspects of medieval advertising. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru

УДК 81.23

Юкина Е. Ю.

Московский государственный областной университет

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская Федерация

ЧЕЛОВЕК И КОШКА: НЕСТАНДАРТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ

АННОТАЦИЯ

Цель. Комплексное раскрытие психолингвистических особенностей невербальной и вербальной коммуникации между человеком и домашней кошкой в англоязычных художественных текстах.

Процедура и методы. Основное содержание исследования составляет психолингвистический анализ текстов художественных произведений на английском языке, содержащих образ кошки. Автором произведён анализ современных научных исследований относительно коммуникативных способностей кошек с позиций зоопсихологии и невербальной коммуникации. Проведён лингвистический анализ пяти художественных произведений и описаны лексические и стилистические особенности обращённой к кошкам и приписываемой кошкам речи, а также номинации кошек.

Результаты. Было установлено, что обращённая к кошкам речь является, как правило, эмоционально окрашенной на уровне лексики и может частично обладать чертами речи, обращённой к детям. Сделан вывод, что вербальные и невербальные средства, используемые человеком в такой коммуникации, обладают достаточно широким спектром реализации семантики и эмоций и служат важным коммуникативным функциям. Стилистические средства, используемые при создании образа кошки в художественном тексте, отличаются разнообразием и обладают явно выраженной прагматикой и экспрессивностью.

Практическая значимость. Материалы исследования обладают практической ценностью, поскольку общение человека с домашними кошками служит нескольким существенным практическим целям как в коммуникативном, так и в психологическом плане. В частности, общение с кошками может использоваться в психотерапии для снижения уровня стресса и тревожности у человека.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

невербальная коммуникация, молчание, семантика, прагматика, стилистика, экспрессивность, эмоциональность, номинация

СТРУКТУРА

Введение

Особенности коммуникации между людьми и кошками

Психолингвистические особенности описания кошек

Особенности влияния кошек на других людей и на своих хозяев

Выводы

E. Yukina

Moscow Region State University

24 ul. Very Voloshinoi, Mytishchi 141014, Moscow Region, Russian Federation

MAN AND CAT: NON-STANDARD COMMUNICATION IN ENGLISH-LANGUAGE LITERARY TEXTS

ABSTRACT

Aim. Complex analysis of psycholinguistic features of verbal and non-verbal communication between a man and a pet cat in English fiction texts.

Methodology. The author analyzed modern scientific research in animal psychology dealing with communicative abilities of cats and non-verbal communication. Five works of fiction were analyzed, and lexical and stylistic features of speech addressed to cats and ascribed to them, and also those of the cat nomination were described.

Results. It was defined that the speech addressed to cats is, as a rule, emotionally coloured and can have features of baby talk. The research showed that verbal and non-verbal means used by a man in this type of communication have rather wide spectrum of semantics and emotions and perform important communicative functions. To describe feline characters in fiction various stylistic means with vivid pragmatics and expressiveness are used.

Research implications. The materials of the research have practical value, because interaction of a man with pet cats serves some considerable practical purposes both in communicational and psychological aspects. In particular, communication with cats can be used in psychotherapy for decreasing the level of stress and anxiety in people.

KEYWORDS

non-verbal communication, silence, semantics, pragmatics, expressiveness, emotionality, nomination

ВВЕДЕНИЕ

В художественной литературе в качестве героев произведений могут выступать не только люди, но и животные. Домашние животные, в частности собаки и кошки, могут быть тесно связаны с жизнью и даже судьбой человека, во многом обуславливая его привычки, поведение, черты характера. Находясь в постоянном контакте с человеком, его питомцы часто становятся слушателями, источниками помощи, поддержки, утешения, объектами обращаемой к ним речи и проявляемых по отношению к ним эмоций. Всё это определяет актуальность данного исследования. В статье будут рассмотрены основные психолингвистические черты англоязычных художественных произведений, где кошки как домашние животные выступают в качестве главных героев.

В теоретическом плане это позволит более подробно изучить особенности невербальной коммуникации между домашними питомцами и человеком, а также характеристики речи человека, обращённой к ним. Также избранная тема исследования обладает практической ценностью, поскольку общение человека с домашними кошками служит нескольким существенным практическим целям как в коммуникативном, так и в психологическом

плане. Новизна данной работы заключается в выявлении конкретных аспектов и способов такой коммуникации в теоретическом и практическом планах с позиций как лингвистики, так и современных зарубежных исследований в области зоопсихологии.

В качестве материала исследования были выбраны следующие произведения англоязычных авторов, преимущественно современных: "The Street-cat named Bob" британского автора Джеймса Боуэна, "Cleo" новозеландской писательницы Хелен Браун, "Dewie's nine lives" американской писательницы Вики Майрон, "Cat stories" британского ветеринара и писателя Джеймса Херриотта и "Cats in the belfry" британской писательницы Дорин Тови. Данные книги были опубликованы в период с 1957 г. по 2014 г. и в целом основаны на реальных событиях.

Анализируемые произведения схожи по формату повествования и целевой аудитории, а именно характеризуются реалистичным сюжетом и рассчитаны скорее на взрослых читателей. Одна из книг – "Cat stories" является сборником коротких рассказов, а остальные – романами. В названиях всех описываемых произведений слово cat и/или имена кошек указывают на этих животных как на главных героев произведения, наравне с людьми.

Основной целью исследования является комплексное раскрытие психолингвистических особенностей невербальной и вербальной коммуникации проанализированных английских текстов, содержащих образы кошек. Представляется возможным поставить в качестве конкретных задач раскрытие следующих вопросов:

- вопрос об особенностях межвидовой и невербальной коммуникации кошек и людей;
- вопрос о выражении эмоций в коммуникации кошек и людей;
- языковые особенности описания кошек, их внешности, характера, поведения в художественных произведениях;
- влияние кошек на людей (выраженное в речи героев произведения и в авторской речи); психолингвистические характеристики взаимного влияния кошек и их хозяев;
- особенности обращённой к кошкам и приписываемой кошкам речи.

Основными методами исследования были избраны такие общенаучные методы исследования, как анализ и синтез, метод дедукции и индукции, а также перевод научных статей, контекстный и стилистический анализ художественной литературы. Была сформирована теоретическая база о возможностях такой коммуникации с позиций зоопсихологии и лингвистики, а затем проанализированы описания её конкретных проявлений, представленные в выбранных художественных текстах. В конце исследования были сделаны выводы о достаточно разнообразных языковых и невербальных характеристиках и потенциально широких функциях коммуникативного поведения со стороны человека при таком типе общения.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ЛЮДЬМИ И КОШКАМИ

Зоопсихология говорит о том, что кошки в состоянии в определённой степени понимать человеческие эмоции, отчасти речь, и реагировать на них. Так, в недавно опубликованных зарубежных научных статьях по данной проблематике утверждаются следующее:

– кошки в состоянии узнавать свои имена в обращённой к ним речи и различать их среди фонетически сходных слов [10];

– голосовые возможности кошек могут быть более разнообразными, чем считалось ранее, и могут использоваться в положительном и отрицательном контексте. Кошки могут произносить 18 разновидностей звуков (например, howl, purr, tweedle и др.), и эти звуки выражают спектр их эмоций [12];

– кошки отвечают на голос человека чаще физической активностью (движениями ушей и головы), а не коммуникативной (голосом и движениями хвоста) [11];

– кошки способны интегрировать акустические и визуальные эмоциональные сигналы и могут понимать ярко выраженные эмоции. Они обладают социальными навыками, позволяющими им понимать эмоциональные сигналы человека, что является ключевым фактором поддержания межвидовой коммуникации [14];

– медленное моргание глазами у кошек может быть индикатором положительных эмоций [13];

– кошки не очень явно и эмоционально выражают привязанность к своим хозяевам в коммуникации с ними [14].

Рассмотрим также, насколько можно считать общение человека с кошкой коммуникативным актом. Так, в статье О. Б. Ермоловой кошки называются «нестандартными адресатами»: «Нестандартность такого общения заключается в том, что говорящий не имеет возможности обмениваться репликами с адресатом. Такое общение нельзя считать полноценной беседой или разговором в полном смысле этого слова, и поэтому его участников правильнее назвать не собеседниками, а партнёрами» [2, с. 60].

Однако кошка как адресат речи может быть и несколько обезличена человеком. «Иногда ... сама суть животного неважна. Человек не столько видит перед собой конкретное существо, сколько реализует свою потребность в общении. Животное выступает как объект некоторых вербальных проявлений хозяина» [2, с. 63]. Здесь также имеет место психологический феномен каузальной атрибуции, заключающийся в интерпретации поведения кошки и приписывании ему определённых мотивов.

В работах лингвистической направленности по невербальной коммуникации отмечается, что её компоненты (мимика, особенности голоса/просодики) могут быть семантически насыщены именно в общении между людьми [3, с. 117; 7, с. 192]. В современных же работах по зоопсихологии в целом от-

мечается, что поведение кошек (то есть их невербальная коммуникация) может отражать их реакцию на действия, слова и особенности голоса человека. Кроме того, в ситуации коммуникации между человеком и кошкой молчание со стороны кошки психологически может восприниматься человеком как коммуникативно значимое (хотя он, конечно, осознаёт в этом условность), поскольку коммуникативно значимое молчание «может выступать в качестве полноценного коммуникативного акта, а значит имеет своего адресата, цель, выполняет определённую функцию» [4, с. 97]. В данном случае в сознании человека естественное молчание кошек придает им в общении условную позицию внимательных слушателей.

На вербальном уровне общение человека и кошки выглядит скорее как монолог, поскольку кошки, естественно, не могут подавать вербальные ответные реплики. Однако, «несмотря на то что адресант не получает ответа на свои реплики, общение с животным не всегда можно считать монологом. Часто встречающиеся риторические вопросы являются как бы приглашением к диалогу» [2, с. 63]. Например:

For several weeks, she was nervous. What had she done? What might have befallen that poor cat?

Where did that cat come from? Larry would wonder. Do I know that cat? It sure seems eager and entitled¹.

Судя по контексту, герои пребывают в неизвестности относительно происхождения их новых питомцев. Если бы кошки в данных рассказах могли разговаривать, вопросы здесь были бы не риторическими, а стимулировали бы начало диалога.

На невербальном же уровне такое общение скорее выглядит как диалог, поскольку кошки выдают ответную реакцию в виде движений, поз, взгляда, действий и/или звуков, в определённой степени мимики, и часто присутствует тактильный и зрительный контакт человека и кошки. Со стороны человека при коммуникации с кошкой наблюдается сочетание эксплицитно (вербально) и имплицитно (невербально) выраженной информации в виде сочетания голоса и интонации, действий. И даже если кошка активно не реагирует, а просто находится рядом и слушает говорящего, то в сознании и часто в устной речи человека выстраивается своеобразный диалог с животным. Приписываемые кошке мысли и, возможно, слова человек формулирует, как правило, исходя из ситуационного контекста и того, что он сам хотел бы или ожидал бы услышать.

Далее укажем на функциональные характеристики обращённой к кошкам речи. Диалоги людей со своими домашними питомцами часто служат следующим функциям:

¹ Myron V. Dewey's Nine Lives: The Legacy of the Small-Town Library Cat Who Inspired Millions. Dutton: Penguin Group, 2010. P. 17, 96.

– коммуникативная (например, требование выполнения правил или указаний от домашнего животного). Здесь часто встречаются императивные формы глагола. Например:

*'OK, mate, **calm down**, I said, lifting him off me and putting him down on the floor.* (Здесь и далее выделено мною. – Е.Ю.)

*'**Stay** there, you can't come where I'm going,' I said².*

– эмотивная, которая «заключается в выражении индивидуальных сознательных и неосознанных реакций, мнений, чувств, эмоциональных состояний» [5, с. 85]. Она является особенно значимой в аспекте психологической разгрузки. В проанализированных произведениях главные герои и кошки проводят вместе много времени, в течение которого люди преодолевают различные жизненные кризисы. С психологической точки зрения наличие внимательного слушателя и даже помощника в виде кота было очень существенным для героев, и на многих этапах помогало им обрести душевное равновесие. Например:

They always seemed to end up together, wandering the library on a secret, silent quest, happy as clams³.

Здесь говорится о друживших между собой женщине и кошке, живущей в библиотеке. Такое общение приносило большое эмоциональное облегчение для испытывавшей психологический кризис женщины, и это выражено в цитате словом *happy*.

– фатическая функция установления или поддержания контакта с третьими лицами через общение с животными (например, с детьми, с членами семьи, с посторонними). Это достаточно удобный способ для застенчивых людей или при проблемах в коммуникации, например, при конфликтах между членами семьи. Например:

'What a lovely fellow you are, aren't you?' she said. 'He is a boy, isn't he?' 'He is,' I said.

Иногда эта функция может быть очень значимой. Так, в книге "Streetcat named Bob" главный герой испытывал, среди прочего, проблемы с деньгами и обладал низким социальным статусом уличного музыканта, и другие люди его просто игнорировали. Его питомец очень помог ему с социализацией:

*Having Bob there gave me **a chance to interact with people**.*

*Seeing me with my cat **softened** me un their eyes. It **humanized** me. Especially after I'd been so dehumanized. In some ways it was **giving me back my identity**. I had been a non-person. **I was becoming a person again**⁴.*

Значение и роль кота в жизни своего хозяина в данном случае трудно переоценить.

² Bowen J. A Street Cat Named Bob. London: Hodder, 2016. P. 37, 46.

³ Myron V. Dewey's Nine Lives: The Legacy of the Small-Town Library Cat Who Inspired Millions. Dutton: Penguin Group, 2010. P. 17, 39.

⁴ Bowen J. A Street Cat Named Bob. London: Hodder, 2016. P. 59, 80, 81.

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОПИСАНИЯ КОШЕК

В проанализированных произведениях кошки обязательно имеют имя и часто – прозвище. Данный факт важен с точки зрения коммуникативной ценности, поскольку «способность иметь прозвище рядом с основным именем сближает зоонимы с именами людей. Сходство с антропонимами проявляется и в том, что в зоонимии можно встретить упрощённые, трансформированные клички, которые функционируют наряду с официальным, паспортным именем» [6, с. 314]. Например, в проанализированных произведениях имя кошки Cleo использовалось как сокращённая кличка от имени Cleopatra. Иногда кошек называют такими же именами, как и людей. Так, в одном из рассказов ветеринара-писателя Дж. Херриота любившая кошек и державшая их у себя в большом количестве женщина называла своих питомцев именами игроков популярной тогда футбольной команды:

*For instance there was the diversity of names she had for her cats. True to her London upbringing she had **named many of the toms after the great Arsenal team of those days**. There was Eddie Hapgood, Cliff Bastin, Ted Drake, Wilf Copping, but she did slip up in one case because Alex James had kittens three times a year with unfailing regularity⁵.*

В данной цитате иронично указывается на ошибку в номинации, поскольку от животного с мужским именем вряд ли можно ожидать котят.

Имя кошки также может быть связано, например, с историей появления питомца: Moses (найденный в камышах котёнок был назван этим именем аллегорично библейскому описанию истории нахождения Моисея в корзине в камышах), с внешностью животного (Ginny – по её окрасу – *ginger*), с его характером (Frisk The Cat, в русском переводе – Игрун; Buster, в русской версии – Буян). Иными словами, имена питомцев могут быть символическими и семантическими обусловленными.

Описание самих кошек в перечисленных произведениях обязательно присутствует, поскольку иначе читатель не сможет в полной мере представить их себе. Внешность, характер и поведение/повадки кошек часто описываются достаточно подробно. Важно, что часто это сочетается с эмотивностью и оценочностью. Это проявляется на уровне лексики, обращённой к кошкам или описывающей их: «самым широким потенциалом эмоциональности обладает именно лексический уровень, так как в нём эмоциональность «непосредственно входит в структуру слова, а эмоциональная окраска “накладывается” на лексическое значение слова: к денотативному значению слова прибавляется коннотативное» [9, с. 172]. Также важно, что при описании кошек «нейтральные в эмоциональном плане слова могут стать выразителями самых различных чувств», поскольку кот и его хозяин имеют некоторый общий опыт и контекст коммуникации [9, с. 173].

⁵ Herriot J. James Herriot's Cat Stories. NY: St Martin's Press, 1994. P.50.

Рассмотрим несколько примеров с описанием внешности кошек:

... a small creature with large triangular ears. It was black and not so much furry as sprinkled with occasional hairs. Perhaps she'd stitched together some kind of toy to comfort a boy grieving for his lost brother.

I was alarmed when the tiny thing's head moved. Its eyes bulged like a pair of glass beads. A set of impossibly dainty feet draped themselves through Lena's fingers. I was reminded of those photos of premature babies whose miniature scale is demonstrated alongside an adult human hand. An organism so helpless it would surely have difficulty supporting its own life⁶.

В данной цитате можно наблюдать, что котёнок выглядит крошечным и, возможно, нежизнеспособным, и для усиления эффекта автор использует сравнения с игрушкой и с недоношенным младенцем. Также при помощи отрицательной конструкции автор описывает недостаточность шерсти у животного: *not so much furry as sprinkled with occasional hairs*. Причём слово *cat* не используется, а вместо него употребляются слова *creature, tiny thing, an organism*. Психологически это также можно объяснить тем, что мать только что потеряла ребёнка и остро ощущала неустойчивость жизни в этот момент, тем более в таком, действительно, маленьком существе.

*– he grew rapidly into a **sleek, handsome** animal with an **unusually high gloss** to his coat⁷.*

В этом кратком описании автор использует эпитеты и наречие-интенсификатор для усиления впечатления у читателя.

*– A Siamese that has apparently just had a blue rinse is, at first sight, something of a shock, and this one **reminded** me irresistibly **of a film star** who had married into the aristocracy and gone on from there in a big way. Her legs were **long and slender as a gazelle's**. Her eyes, which were lighter than those of a Seal Point, **glittered like jewelled almonds**. She walked as if she owned the earth⁸.*

В этом описании прослеживается сочетание использования иронии и гиперболы для создания образа красивой, породистой и по-своему аристократичной кошки.

Что касается описания характера кошек, о нём авторы практически всегда пишут эксплицитно. Черты характера у каждой кошки описаны индивидуально и довольно подробно, и они определяют их типичное поведение и часто их влияние на людей. Интересно, что в рассмотренных произведениях кошки изменяют своему типичному поведению лишь в случае явной угрозы или серьёзного недомогания. Рассмотрим подробнее фрагменты с описанием характера кошек:

*I hadn't seen him around the flats before, but even in the darkness I could tell there was something about him, I could already tell that **he had something of a personality**.*

⁶ Brown H. Cleo: The Cat Who Mended a Family. NY: Random House, 2010. P. 48.

⁷ Herriot J. James Herriot's Cat Stories. NY: St Martin's Press, 1994. P.27.

⁸ Tovey D. Cats in the belfry. London: Transworld Publishers Ltd, 1993. P. 12.

He wasn't in the slightest bit nervous, in fact, completely the opposite. There was a quiet, unflappable confidence about him. He looked like he was very much at home here in the shadows and to judge by the way he was fixing me with a steady, curious, intelligent stare, I was the one who was straying into his territory⁹.

It was typical that he never yielded to any unseemly display of emotion. That would have been undignified, and dignity was an unchanging part of him¹⁰.

Boris was different; he was a malevolent bully¹¹. Здесь мы видим, что поведение кошек во многом сопоставляется с поведением людей и для усиления прагматики сопровождается стилистическими приемами, такими как эпитеты, перечисление, отрицательные конструкции.

Поведение кошек может описываться и серьёзно, и с использованием иронии:

*I knew I was lost. Here was **Blondin** all over again – with the added advantage, according to the old man, that Siamese cats never broke a thing.*

The old man went on to tell us how she climbed the curtains like a monkey when the fit took her, perched on the rail, and refused to come down, or went round the room leaping from the top of the piano to the mantelpiece like a racehorse¹².

В данных цитатах используются ироничные сравнения: в первой – с другим домашним животным, белкой по имени Блондель, во второй – с обезьяной и скаковой лошадью, что в совокупности создаёт представление у читателей о характере домашней кошки героев и заставляет их эмоционально включиться в описание.

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ КОШЕК НА ДРУГИХ ЛЮДЕЙ И НА СВОИХ ХОЗЯЕВ

Что касается влияния кошек на других людей и особенно на своих хозяев, во всех анализируемых произведениях его можно обозначить как существенное, и оно проявляется во многих сферах на физическом и на психологическом (а в речи – на вербальном и невербальном) уровнях.

Например, в книге «Клео» котёнок появляется в семье после внезапной смерти девятилетнего ребёнка под колесами машины. Поскольку душевное состояние его родителей на тот момент практически невозможно было облегчить ни в какой коммуникации с людьми, активный и своенравный котёнок буквально начал постепенно возвращать их к жизни (хотя, естественно, погибшего ребёнка он заменить никак не мог). Это видно, например, по следующей фразе автора:

Back in the bathroom she'd rescued me from one of my bleakest moments. I was grateful to her for that. She was beautiful, wonderful. And impossible to live with¹³.

⁹ Bowen J. A Street Cat Named Bob. London: Hodder, 2016. P. 2.

¹⁰ Herriot J. James Herriot's Cat Stories. NY: St. Martin's Press, 1994. P. 4.

¹¹ Herriot J. James Herriot's Cat Stories. NY: St. Martin's Press, 1994. P. 52.

¹² Tovey D. Cats in the belfry. London: Transworld Publishers Ltd, 1993. P. 15.

¹³ Brown H. Cleo: The Cat Who Mended a Family. NY: Random House, 2010. P. 62.

Роль кошки в данном сюжете отражается даже в названии произведения – “Cleo: The Cat Who Mended a Family”, что имеет значение для целостного понимания произведения. «Заголовок художественного произведения или фильма, как и сам текст, обладает определённым прагматическим потенциалом, который заключается в его влиянии на читателя или зрителя до приобретения или прочтения той или иной книги» [1]. Слово *mended* здесь воздействует на потенциального читателя, намекая на счастливый конец истории.

В другой книге – “A Street Cat Named Bob” кот внезапно появляется в жизни одинокого молодого уличного музыканта, имеющего наркотическую зависимость, большие проблемы с работой, семьёй, жильём и деньгами. Этот кот в буквальном смысле смог вернуть Джеймса к жизни и стал мощным стимулом к избавлению от зависимости, к поиску стабильной работы, к социализации и даже к воссоединению с семьёй:

My life ad become a very selfish one. It was all about my day-to-day survival. Bob's arrival in my life had dramatically changed all that. I'd suddenly taken on an extra responsibility¹⁴.

В рассказах Дж. Херриотта также встречаются описания высокой значимости кошек в жизни людей как одиноких, так и имеющих семью. При этом эмоциональная связь между хозяином и его питомцем может быть очень крепкой, и их взаимное влияние может быть достаточно сильным. В одном из его рассказов имя кошки даже было последним словом, которое произнёс умирающий человек. В другом рассказе болезнь кота настолько сильно повлияла на его хозяина, что тот физически осунулся и кардинально изменил своё поведение в худшую сторону (а когда кот выздоровел, хозяин также стал прежним и внешне, и по поведению. Важно, что хозяин не был одиноким человеком).

Рассмотрим подробнее некоторые цитаты о влиянии кошек на людей:

*But I know what that young woman is saying. She is saying that Dewey, through his actions and his example, **transformed her life. She can't find the words to describe that power, but she knows it is special.***

*Dewey was **so generous with his affection, you see, that everyone felt the connection¹⁵.***

*He was a quiet, kindly man who didn't go out much and seemed to have few friends, but he had Frisk. The little cat had walked in on him six years ago and **had transformed his life, bringing a boisterous, happy presence into the silent house, making the old man laugh with his tricks and playfulness, following him around, rubbing against his legs. Dick wasn't lonely any more, and I had watched a warm bond of friendship growing stronger over the years. In fact, it was something more – the old man seemed to depend on Frisk.***

¹⁴ Bowen J. A Street Cat Named Bob. London: Hodder, 2016. P. 93.

¹⁵ Myron V. Dewey's Nine Lives: The Legacy of the Small-Town Library Cat Who Inspired Millions. Dutton, Penguin Group, 2010. P. 18, 21.

Во всех приведённых выше высказываниях описываются оттенки эмоциональной привязанности и взаимодействия кошки и человека, представленные лексически и стилистически разнообразно.

Интересно, что обратное влияние (хозяина на кошку) прослеживается реже или медленнее. Следует также отметить, что влияние кошек может прослеживаться не только на людей:

*To the bassets, Buster's arrival was rather like the intrusion of an irreverent outsider into an exclusive London club*¹⁶.

Так, здесь мы видим при помощи сравнения, эпитетов и использования типичного образа джентльмена, как энергичный котёнок изменил сложившийся годами образ жизни флегматичных и чопорных собак, живущих в этом же доме.

Что касается языковых особенностей обращённой к кошкам речи, здесь можно выделить следующие аспекты:

- как уже отмечалось, частое использование имён собственных и кличек;
- употребление императивных форм глагола, а также прилагательных (часто в роли эпитетов) при характеристике кошек и их поведения;
- некоторыми исследователями отмечается, что иногда обращенная к животным речь имеет черты *baby talk*: «Мы столкнулись с достаточно частотным употреблением *baby talk* в диалогах между взрослыми людьми, в различных жизненных ситуациях, а также в общении с животными» [8, с. 80]. Такая речь обладает рядом особенностей. Это «пласт лексики, который характеризуется относительным функциональным разнообразием и эмоциональной насыщенностью, а также может представлять собой слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами, фонетическими и грамматическими искажениями, которые максимально приближены к речи ребёнка» [8, с. 81]. Применительно к связанному с кошками контексту некоторые признаки *baby talk* чаще встречаются в обращении к котяткам или к большим животным, особенно со стороны посторонних для кошек людей. Слово *little* можно назвать типичным при такой речи, как, например:

*Poor little beggar, he's only just alive*¹⁷.

Слово *little* здесь адресовано слабому, почти замёрзшему котёнку.

*Ah, changed our mind have we," I said, as he approached me*¹⁸.

Здесь мы наблюдаем нарушение грамматической структуры предложения, вопрос и использование местоимения *we* вместо *you*, характерные, действительно, при обращении к детям.

Речь и мысли кошек могут опосредованно (во внутренней речи и устной речи других персонажей или авторской речи) выражаться/передаваться следующим образом:

¹⁶ Herriot J. James Herriot's Cat Stories. NY: St Martin's Press, 1994. P.126, 176.

¹⁷ Herriot J. James Herriot's Cat Stories. NY: St Martin's Press, 1994. P. 150.

¹⁸ Bowen J. A Street Cat Named Bob. London: Hodder, 2016. P. 47.

– в виде прямой речи:

*It was **as if he was saying**: ‘So who are you and what brings you here?’ This time his expression said: ‘OK, I did what you wanted. What now?’¹⁹*

– в виде косвенной речи:

***I realised that** Herriot had been cast firmly as the villain of the piece, the character who would grab you and bundle you into a wire cage if you gave him half a chance²⁰.*

Интересно, что здесь автор говорит о себе в третьем лице, а косвенная речь представлена словно от лица кошки.

*She went on up over my face and stood on my head for extra safety, **bawling at him just to try to get her** now, that was all²¹.*

– при помощи невербальной коммуникации, через выражение глаз, позу, движения, о чём уже было сказано выше;

– через издаваемые кошками звуки:

*He was **purring** away, appreciating the attention he was getting²².*

*Occasionally one or other of the ladies would stroke his cheek and he would **respond with a booming purr** and a gracious movement of the head towards them²³.*

*“Sam was right,” he said, beckoning me forward and lowering her into my reluctant hands. “Animals can talk. Listen to her. She’s **growling**”.*

*“That’s not growling,” I said, running my finger along the delicate beads of her spine. “It’s **purring**”²⁴.*

*I asked if she had a voice. Not half, he said proudly. **Bellowed** like a ruddy bull when she wanted food, or for him to get out of her chair²⁵.*

В данных цитатах мы можем наблюдать градацию издаваемых кошками звуков как способ выражения ими различных эмоций.

Передача приписываемой кошкам речи непосредственно связана с описанием их эмоций. Большую роль здесь играет невербальная коммуникация, более реалистично передающая отношение кошек к происходящему. Выражаемые кошками эмоции (и эмоциональная реакция людей) в связи с описываемыми событиями могут быть самыми разными, от положительных (радость, удовольствие) до резко отрицательных (злоба, агрессия и др.). Как правило, в представленных текстах кошки выражают свои эмоции посредством позы, движений, голоса или издаваемых звуков. Например:

*He stared up at me, his **great brilliant eyes full of hate**.*

*From then on Boris **loathed the very sight of me and the feeling was mutual**.*

*... managed to bundle them into a cat cage from which they looked at me **with terrified and, I imagined, accusing eyes**.*

¹⁹ Bowen J. A Street Cat Named Bob. London: Hodder, 2016. P. 34.

²⁰ Herriot J. James Herriot’s Cat Stories. NY: St Martin’s Press, 1994. P. 46.

²¹ Tovey D. Cats in the belfry. London: Transworld Publishers Ltd, 1993. P. 17.

²² Bowen J. A Street Cat Named Bob. London: Hodder, 2016. P. 7.

²³ Herriot J. James Herriot’s Cat Stories. NY: St Martin’s Press, 1994. P.53.

²⁴ Brown H. Cleo: The Cat Who Mended a Family. NY: Citadel Press, 2010. P. 42.

²⁵ Tovey D. Cats in the belfry. London: Transworld Publishers Ltd, 1993. P. 14.

*Emily, stretched in the back with her enormous offspring sucking busily, looked up at me **with an expression of pride which bordered on the smug**²⁶.*

Как можно заметить, в данных цитатах выражение глаз кошек в конкретных ситуациях ассоциируется у людей с широким спектром эмоций животных.

Также с точки зрения невербальной коммуникации могут передаваться особенности голоса и поведения кошек. Например:

*She **wailed and screamed and howled, shouting** that she was all alone and wanted her mother. She got down and **cried** under the door so that we could hear her better, and dragged in the end of the rug off the landing, ripping at it in a frenzy that would have done credit to Lady Macbeth. When at last it seemed that there was to be no reprieve she gave a **final tragic ‘Mow-wow-wow’** which trailed sadly off into the darkness. Then there was **silence**²⁷.*

Здесь активное протестное поведение кошки и её действий, движений сочетается с описанием её возмущенного, на взгляд хозяев, голоса. При этом в данной цитате прослеживается и ирония (в сравнении с Леди Макбет), что формирует эмоционально насыщенную, динамическую картину повествования.

ВЫВОДЫ

Таким образом, коммуникация между кошками и людьми обладает рядом особенностей. С точки зрения зоопсихологии кошки могут распознавать эмоции человека и, соответственно, выражать свои собственные посредством невербального поведения. Было выявлено, что невербальная коммуникация у кошек проявляется в их движениях, в частности, движениях хвоста, головы, ушей, позы, во взгляде и издаваемых ими звуками. Она отображает довольно широкий спектр эмоций кошек. Степень понимания кошками человеческой речи с точки зрения современной зоопсихологи остаётся недостаточно изученной с этих позиций.

Было установлено, что с точки зрения лингвистики коммуникация между человеком кошкой формально выглядит как монолог со стороны человека, но может присутствовать ответная реакция кошки на определённые слова и действия человека. В своей устной и/или внутренней речи владелец кошки часто выстраивает диалог со своим питомцем, озвучивая партию кошки-собеседника и по-разному интерпретируя его молчание в зависимости от того, что он хотел бы или ожидал бы услышать. В статье выявлено, что с функциональной точки зрения общение человека и кошки обладает следующими значимыми функциями: коммуникативной, эмоциональной и фатической. Отмечено, что влияние кошек на людей может быть достаточно существенным, особенно с психологической точки зрения, а обратно влияние – хозяина на кошку – прослеживается реже.

²⁶ Herriot J. James Herriot's Cat Stories. NY: St Martin's Press, 1994. P. 38, 49, 63.

²⁷ Tovey D. Cats in the belfry. London: Transworld Publishers Ltd, 1993. P. 19.

С лингвистической точки зрения были проанализированы особенности выбора и использования имён собственных для кошек, где принципы номинации могут быть различными. Установлено, что среди стилистических средств описания внешности и характера кошек наиболее типичными приёмами являются эпитеты и перечисления, метафоры, сравнения, иногда ирония, причём используемая в таких описаниях лексика часто эмоционально окрашена.

Для обращённой к кошкам речи могут быть характерны черты *baby talk*, «детской речи», а также использование императивных форм глаголов и имен прилагательных. Приписываемая же кошкам речь основана на их невербальном поведении, может быть выражена в виде как прямой, так и косвенной речи человека и часто связана с озвучиванием предположительно испытываемых кошкой эмоций. Дальнейшее исследование различных аспектов коммуникации между человеком и кошкой представляет интерес как для лингвистики, так и для зоопсихологии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ватолина Т. Г. Способы передачи прагматического потенциала заголовков художественных произведений при переводе // Концепт. 2015. № 7. URL: <http://e-koncept.ru/2015/15253.htm> (дата обращения: 15.11.2020).
2. Ермолова О. Б. Лингвистические особенности общения человека с домашними животными // Вестник Пермского университета. 2015. № 4 (32). С. 58–66.
3. Копылова Т. Р. Молчание: вербальная vs невербальная коммуникация // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. 2015. № 3. С. 116–119.
4. Кретова А. М. Разновидности молчания в коммуникации (на материале художественной прозы) // Вильгельм фон Гумбольдт и его наследие: классика и современность : сборник статей по материалам Всероссийской заочной научно-практической конференции / отв. ред. Г. Т. Хухуни. М., 2017. С. 95–100.
5. Мамушкина С. Ю. Коммуникативная релевантность языковых функций // Балтийский гуманитарный журнал. 2016. № 4 (17). С. 84–87.
6. Марудова А. С. Неофициальная номинация домашних животных белорусского Поозерья: эмоциональный аспект // Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования : сборник научных статей международной научной конференции. Витебск, 2016. С. 314–317.
7. Родионова Т. Г. Теоретические аспекты невербальной коммуникации // Языковой дискурс в социальной практике : сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Тверь: Тверской государственный университет, 2016. С. 191–193.
8. Солодова К. А., Ямпольская А. Л. Языковое явление “baby talk”. Переводческий аспект // Перевод и межкультурная коммуникация: теория и практика. 2018. № 4. С. 80–84.

9. Холодионова С. И. Категория эмоциональности в структуре слова: дифференциация понятий «эмоциональность», «оценочность», «экспрессивность», «эмотивность» в русском языке // *Гуманитарные и социальные науки*. 2020. № 1. С. 170–177.
10. Atsuko Saito, Kazutaka Shinozuka, Yuki Ito, Toshikazu Hasegawa. Domestic cats (*Felis catus*) discriminate their names from other words // *Scientific Reports*. 2019. № 9:5394. URL: file:///C:/Users/IZDUser_12/Downloads/Domestic_cats_Felis_catus_discriminate_their_names.pdf (дата обращения: 17.11.2020). DOI: 10.1038/s41598-019-40616-4.
11. Atsuko Saito, Kazutaka Shinozuka. Vocal recognition of owners by domestic cats (*Felis catus*) // *Animal Cognition*. 2013. № 16(4). URL: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10071-013-0620-4.pdf> (дата обращения: 19.11.2020). DOI: 10.1007/s10071-013-0620-4.
12. Chloe Tavernier, Sohail Ahmed, Katherine Albro Houpt, Seong Chan Yeon. Feline vocal communication // *Journal of Veterinary Science*. 2020. № 21(1):e18. URL: <http://dx.doi.org/10.4142/jvs.2020.21.e18> (дата обращения: 19.11.2020). DOI: <http://dx.doi.org/10.4142/jvs.2020.21.e18>.
13. Humphrey, T., Proops, L., Forman, J. et al. The role of cat eye narrowing movements in cat–human communication // *Scientific Reports*. 2020. № 10:16503. URL: <https://www.nature.com/articles/s41598-020-73426-0.pdf> (дата обращения: 21.11.2020). DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73426-0>.
14. Quaranta A., d'Ingego S., Amoruso R., Siniscalchi M. Emotion Recognition in Cats // *Animals*. 2020. № 10 (7):1107. URL: <https://doi.org/10.3390/ani10071107> (дата обращения: 19.11.2020). DOI: 10.3390/ani10071107.

REFERENCES

1. Vatolina T. G. [Means of maintaining the force of fiction titles in the process of translation]. In: *Kontsept* [Koncept], 2015, no. 7. Available at: <http://e-koncept.ru/2015/15253.htm> (accessed: 15.11.2020).
2. Ermolova O. B. [Linguistic features of human-to pet communication]. In: *Vestnik Permskogo universiteta* [Bulletin of Perm University], 2015, no. 4 (32), pp. 58–66.
3. Kopylova T. R. [Silence: verbal vs non-verbal communication]. In: *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Istoriya i filologiya* [Bulletin of the Udmurt University. Series History and Philology], 2015, no. 3, pp. 116–119.
4. Kretova A. M. [Phenomenon of silence in communication (based on the literary prose)]. In: Hukhuni G. T., ed. *Vil'gel'm fon Gumbol'dt i ego nasledie: klassika i sovremennost'* : *sbornik statei po materialam Vserossiiskoi zaochnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Wilhelm von Humboldt and his legacy: classics and modernity: a collection of articles based on the All-Russian correspondence scientific and practical conference]. Moscow, 2017. pp. 95–100.
5. Mamushkina S. Yu. [Communicative relevance of linguistic functions]. In: *Baltiiskii gumanitarnyi zhurnal* [Baltic Humanitarian Journal], 2016, no. 4 (17), pp. 84–87.
6. Marudova A. S. [Informal nomination of pets of Belarusian Poozerie: emotional aspect]. In: *Regional'naya onomastika: problemy i perspektivy issledovaniya* : *sbornik nauchnykh statei mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii* [Regional

- onomastics: problems and research prospects: collection of scientific articles of the international scientific conference]. Vitebsk, 2016, pp. 314–317.
7. Rodionova T. G. [Theoretical aspects of non-verbal communication]. In: *Yazykovoï diskurs v sotsial'noi praktike : sbornik nauchnykh trudov Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Language discourse in social practice: collection of papers of the International Research and Development Conference]. Tver, Tver State University Publ., 2016. pp. 191–193.
8. Solodova K. A., Yampol'skaya A. L. ["Baby talk" as a translation phenomenon]. In: *Perevod i mezhkul'turnaya kommunikatsiya: teoriya i praktika* [Translation and intercultural communication: theory and practice], 2018, no. 4, pp. 80–84.
9. Kholodionova S. I. [Category of emotionality in the word structure: differentiation of the notions of "emotionality", "evaluation", "expressiveness", "affectability" in Russian]. In: *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki* [Humanities and social sciences], 2020, no. 1, pp. 170–177
10. Atsuko Saito, Kazutaka Shinozuka, Yuki Ito, Toshikazu Hasegawa. Domestic cats (*Felis catus*) discriminate their names from other words. IN: *Scientific Reports*, 2019, no. 9:5394. Available at: file:///C:/Users/IZDUser_12/Downloads/Domestic_cats_Felis_catus_discriminate_their_names.pdf (accessed: 17.11.2020). DOI: 10.1038/s41598-019-40616-4.
11. Atsuko Saito, Kazutaka Shinozuka. Vocal recognition of owners by domestic cats (*Felis catus*). In: *Animal Cognition*, 2013, no. 16(4). Available at: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10071-013-0620-4.pdf> (accessed: 19.11.2020). DOI: 10.1007/s10071-013-0620-4.
12. Chloe Tavernier, Sohail Ahmed, Katherine Albro Houpt, Seong Chan Yeon. Feline vocal communication. In: *Journal of Veterinary Science*, 2020, no. 21(1):e18. Available at: <http://dx.doi.org/10.4142/jvs.2020.21.e18> (accessed: 19.11.2020). DOI: <http://dx.doi.org/10.4142/jvs.2020.21.e18>.
13. Humphrey, T., Proops, L., Forman, J. et al. The role of cat eye narrowing movements in cat–human communication. In: *Scientific Reports*, 2020, no. 10:16503. Available at: <https://www.nature.com/articles/s41598-020-73426-0.pdf> (accessed: 21.11.2020). DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73426-0>.
14. Quaranta A., d'Ingeo S., Amoruso R., Siniscalchi M. Emotion Recognition in Cats. In: *Animals*, 2020, no. 10 (7):1107. Available at: <https://doi.org/10.3390/ani10071107> (accessed: 19.11.2020). DOI: 10.3390/ani10071107.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 10.12.2020

Статья размещена на сайте: 12.05.2021

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Юкина Елена Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры индоевропейских и восточных языков Московского государственного областного университета; e-mail: sobol-sbr@mail.ru

Elena Yu. Yukina – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Indo-European and Oriental Languages, Moscow Region State University; e-mail: sobol-sbr@mail.ru

ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Юкина Е. Ю. Человек и кошка: нестандартная коммуникация в англоязычных художественных текстах // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2021. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru

Yukina E. Yu. Man and cat: non-standard communication in English-language literary texts. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2021, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство регистрации СМИ: Эл № ФС77-69267 от 29.03.2017 г.

Журнал включен в базы данных:

Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), EBSCO, DOAJ, Ulrichsweb, ROAD.
Включен в электронно-библиотечные системы «Киберленинка», ЭБС «Лань», «Знаниум».

К представленным в журнал материалам предъявляются следующие требования:

- статья должна быть написана на русском, английском языке;
- статья должна быть оформлена в соответствии с требованиями журнала, размещённых на сайте www.evestnik-mgou.ru;
- статья должна соответствовать одному из направлений (тематических рубрик) журнала и номенклатуре специальностей научных работников;
- материал, предлагаемый автором для публикации, должен быть оригинальным, не публиковавшимся ранее, написан в контексте современной научной литературы, содержать очевидный элемент создания нового знания.

Статьи, поступившие в журнал, подлежат обязательному независимому рецензированию.

Подробная информация размещена на сайте издания <https://www.evestnik-mgou.ru>

Опубликованным статьям присваивается идентификатор DOI (Digital object identifier) – цифровой идентификатор объекта.

Материалы журнала размещаются на сайте www.evestnik-mgou.ru, а также имеют полнотекстовую сетевую версию на платформе Научной электронной библиотеки (Elibrary.ru).

При цитировании ссылка на журнал «Вестник Московского государственного областного университета» обязательна.

Ответственность за содержание статей несут авторы. Мнение редколлегии может не совпадать с точкой зрения автора.

Над номером работали:

Ответственный секретарь:

Германова А.Ф.

Технический редактор:

Ахриева Л.М.

Переводчик:

Приказчикова Е.В.

Корректор:

Гладунов И.К.

Компьютерная вёрстка и системное администрирование сайта:

Горбунов А.А.

Адрес редакции:

105005, г. Москва, ул. Радио, д.10а, каб. 98.

Тел.: +7 (495) 780-09-42 доб. 1740,

<https://evestnik-mgou.ru>, e-mail: info@evestnik-mgou.ru

Гарнитура «Myriad Pro».