

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ



**ФИЛОСОФИЯ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ
В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**



**PHILOSOPHY AND HUMANITIES
IN INFORMATION SOCIETY**

Выпуск № 2(32)

апрель – июнь

2021



Санкт-Петербург / Saint Petersburg

Содержание

О журнале	4
To Our Readers and Authors.	5
Состав редакционного совета журнала	6
Состав редакционной коллегии журнала	8
От редакции. Краткая аннотация выпуска журнала	10

Философия информационного общества

Онтологическая аспектуальность в философии и искусстве <i>Н. А. Блохина</i>	12
Специфика коммуницирования электронного/цифрового кочевника и мифодизайн <i>Е. Л. Яковлева, Э. В. Дарчинов</i>	23

Социология и политология

Современная презентация христианства в социальной сети (на основании интернет-мемов) <i>И. М. Моисеенко</i>	34
Трансформация общественного мнения, выраженного через юмор, к использованию сети Интернет <i>А. П. Зыков</i>	50

Теория и история культуры

Радио для национальных меньшинств Ленинграда и Ленинградской области (1920–1930-е гг.) <i>Т. М. Смирнова</i>	69
Граффити и стрит-арт: от художественной практики к социальному действию <i>М. А. Константинова</i>	94

Объявления

Девятая международная научно-практическая конференция «Философия и культура информационного общества» 18–20 ноября 2021	108
---	-----

Требования к оформлению статей

Требования к оформлению статей.	112
---	-----

Content

About the Journal	4
To Our Readers and Authors (<i>In English</i>)	5
Editorial Council of the Journal	6
Editorial Board of the Journal.	8
Editorial. Summary of the Issue.	10
Philosophy of Information Society	
Ontological Discourse in Philosophy and the Arts	
<i>N. A. Blokhina</i>	12
Specificity of Electronic/Digital Nomad Communication and Myth Design	
<i>E. L. Iakovleva, E. V. Darchinov.</i>	23
Sociology and Political Science	
Modern Presentation of Christianity in the Social Network (Based on Internet Memes)	
<i>I. M. Moiseenko</i>	34
Public Opinion Expressed through Humor on the Internet	
<i>A. P. Zykov.</i>	50
Theory and History of Culture	
Radio for National Minorities in Leningrad and the Leningrad Region (1920s – 1930s)	
<i>T. M. Smirnova.</i>	69
Graffiti and Street Art: from Artistic Practice to Social Action	
<i>M. A. Konstantinova.</i>	94
Announcements	
IX International Scientific and Practical Conference “Philosophy and Culture in Information Society”, 18–20 November 2021.	108
Article Presentation Rule	
Article Presentation Rules.	112

О журнале

Уважаемые читатели и авторы журнала!

С июля 2013 года Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения выпускает сетевое издание – журнал «Философия и гуманитарные науки в информационном обществе», доступный на сайте www.fikio.ru. Журнал включен в базу данных РИНЦ, зарегистрирован в Роскомнадзоре (свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ №ФС77-54191), ему присвоен ISSN 2309-6888.

Формирование в последние десятилетия постиндустриального, или информационного, общества привело к глубоким и сложным сдвигам во всех областях и сферах человеческой жизни. В нашем издании предлагается широкий подход к их исследованию. Во-первых, наш подход включает в себя разработку концепции информационного общества как такового в единстве с изучением общефилософских проблем его развития и конкретно-научных исследований, которые дают эмпирический материал для последующих философских обобщений. Во-вторых, мы публикуем работы по историческим аспектам (например, история науки и культуры), содержащие в себе взгляд на те или иные события прошлого с точки зрения современности, то есть науки информационной эпохи.

Охват в одном журнале проблем философии, теории культуры, истории, социологии, психологии и педагогики, политологии может показаться чрезмерно широким. Мы, однако, надеемся, что именно материалы этого обширного массива знаний дают возможность составить достаточно полную, репрезентативную картину развития информационного общества, лучше понять тот мир, в котором живет современный человек.

Мы приглашаем к сотрудничеству всех исследователей, как российских, так и зарубежных, для которых представляет интерес тематика нашего журнала. Будем внимательно изучать предложения, уточнять перспективные направления работы, участвовать в дискуссиях.

В журнале рассматриваются преимущественно проблемы, составляющие содержание следующих групп специальностей научных работников:

09.00.00 – философские науки;

23.00.00 – политология;

24.00.00 – культурология.

Журнал выходит четыре раза в год.

Главный редактор – доктор философских наук, профессор Орлов Сергей Владимирович. Email: orlov5508@rambler.ru.

Редакционная коллегия

To Our Readers and Authors

Dear colleagues!

We present the following issue of our Internet journal “Philosophy and Humanities in Information Society”.

The problems of contemporary society are widely discussed at any time. Our journal contains a broad approach in studying them. Firstly, our approach includes the investigations of an information society itself – the philosophical and humanitarian studies. Secondly, we publish historical articles, for example, the history of science and culture, which contain an analysis of the past from the point of view of the present situation, i. e. from the point of view of a person who lives in the information society.

Embracing different problems of philosophy, theory of culture, philology, history, sociology, political science, psychology, pedagogy in a single journal is supposed to be extremely vast. But we hope that such a broad intellectual area gives an opportunity to reconstruct a representative picture of the information society.

We consider that such a wide inter-discipline approach gives man of an information age an opportunity to understand better our contemporary society.

We are glad to collaborate with researchers who are interested in our journal and its topics.

Our journal is published four times a year.

Chief Editor: prof. Sergei V. Orlov. Email: orlov5508@rambler.ru

Editorial board

Состав редакционного совета журнала «Философия и гуманитарные науки в информационном обществе»

Председатель редакционного совета:

Бояр Виктор Матвеевич – декан юридического факультета ГУАП, доктор юридических наук, профессор, Заслуженный юрист РФ.

Члены редакционного совета:

Лосев Константин Викторович – проректор по международной деятельности, декан гуманитарного факультета ГУАП, доктор экономических наук, профессор.

Лазаревич Анатолий Аркадьевич – директор института философии Национальной академии наук Беларуси, кандидат философских наук, доцент (по согласованию).

Лаура Пана (Laura Pana) – ассоциированный профессор Бухарестского политехнического университета, кафедра автоматизации и промышленной информатики, Румыния (по согласованию).

Меган Диксон (Megan Dixon) – преподаватель Колледжа Айдахо (США), PhD по русской литературе, PhD по гуманитарной географии (по согласованию).

Марахов Владимир Григорьевич – профессор кафедры социальной философии и философии истории Института философии Санкт-Петербургского государственного университета, доктор философских наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ (по согласованию).

Кудашов Вячеслав Иванович – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии Гуманитарного института Сибирского федерального университета, Красноярск (по согласованию).

Диев Владимир Серафимович – директор института философии и права Новосибирского государственного университета, доктор философских наук, профессор, председатель Сибирского отделения Российского философского общества (по согласованию).

Субетто Александр Иванович – доктор философских наук, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, директор Центра ноосферного развития Научно-исследовательской лаборатории россиеведения, Евразии и устойчивого развития Северо-Западного института управления (филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте России) (по согласованию).

Комашинский Владимир Ильич – доктор технических наук, профессор, заместитель директора по научной работе Института проблем транспорта Российской академии наук им. Н. С. Соломенко (по согласованию).

Арефьев Михаил Анатольевич – заведующий кафедрой философии и культурологии Санкт-Петербургского государственного аграрного университета, доктор философских наук, профессор (по согласованию).

Выжлецов Геннадий Павлович – профессор кафедры социальной философии и философии истории Института философии Санкт-Петербургского государственного университета, доктор философских наук, профессор (по согласованию).

Комаров Виктор Дмитриевич – профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Михайловской военной артиллерийской академии, доктор философских наук, профессор (по согласованию).

Орлов Сергей Владимирович – профессор кафедры истории и философии гуманитарного факультета ГУАП, доктор философских наук, профессор, главный редактор журнала.

**Состав редакционной коллегии журнала
«Философия и гуманитарные науки
в информационном обществе»**

Главный редактор:

Орлов Сергей Владимирович – доктор философских наук, профессор кафедры истории и философии ГУАП.

Члены редакционной коллегии по разделу философии:

Орлов Сергей Владимирович – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры истории и философии гуманитарного факультета ГУАП.

Оконская Наталия Камильевна – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии и права Пермского национального исследовательского политехнического университета (по согласованию).

Выжлецов Павел Геннадиевич – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры истории и философии гуманитарного факультета ГУАП.

Коробкова Светлана Николаевна – доктор философских наук, доцент, доцент кафедры истории и философии гуманитарного факультета ГУАП.

Члены редакционной коллегии по разделу культурологи:

Смирнова Тамара Михайловна – доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры истории и философии гуманитарного факультета ГУАП.

Выжлецова Наталья Викторовна – кандидат культурологии, доцент, доцент кафедры рекламы и современных коммуникаций гуманитарного факультета ГУАП.

Гусарова Юлия Васильевна – преподаватель, координатор годовых программ, Принц Султан Университи, Эр-Рияд, Королевство Саудовская Аравия (по согласованию).

Члены редакционной коллегии по разделу истории:

Гусман Леонид Юрьевич – доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой истории и философии гуманитарного факультета ГУАП.

Тропов Игорь Анатольевич – доктор исторических наук, профессор кафедры истории Санкт-Петербургского горного университета (по согласованию).

Члены редакционной коллегии по разделу филологии:

Чиханова Марина Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой иностранных языков ГУАП.

Члены редакционной коллегии по разделу психологии и педагогики:

Дмитренко Нина Андреевна – кандидат педагогических наук, доцент, директор Учебно-лингвистического центра Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики (по согласованию).

Члены редакционной коллегии по разделу истории отечественной науки:

Забродин Олег Николаевич – доктор медицинских наук, старший научный сотрудник кафедры анестезиологии и реаниматологии Санкт-Петербургского государственного медицинского университета имени академика И. П. Павлова (по согласованию).

Ответственный секретарь редакции:

Коломийцев Сергей Юрьевич – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры истории и философии гуманитарного факультета ГУАП.

Распределение обязанностей в редакции

Орлов Сергей Владимирович – выпускающий редактор.
Коломийцев Сергей Юрьевич – технический редактор.
Дмитренко Нина Андреевна – переводчик.

От редакции. Краткая аннотация выпуска журнала

Во втором выпуске журнала за 2021 год рассматривается ряд философских и культурологических проблем, актуальных для науки информационного общества.

Раздел «Философия информационного общества» открывает статья кандидата философских наук, доцента **Н. А. Блохиной** «**Онтологическая актуальность в философии и искусстве**». Автор подробно анализирует особенности философской, научной и художественной картин мира, обосновывая вывод, что эти системы представлений принципиально различны, но в то же время глубоко взаимосвязаны и дополняют друг друга в едином целостном процессе человеческого познания. Доктор философских наук **Е. Л. Яковлева** и аспирант **Э. В. Дарчинов** в публикации «**Специфика коммуницирования электронного/цифрового кочевника и мифодизайн**» раскрывают важные механизмы социализации и функционирования личности в социальной среде цифрового общества. Особую роль тут играет мифологическое мышление, помогающее человеку персонализироваться и вписаться (хотя бы иллюзорно) в реальность современного потребительского общества. В то же время оно приводит к кризисности и бесцельности блуждания человека по мирозданию.

Раздел «Социология и политология» знакомит нас с исследованиями общения в Интернете, проведенными студентами Санкт-Петербургского Политехнического университета Петра Великого. **И. М. Моисеенко** в статье «**Современная презентация христианства в социальной сети (на основании интернет-мемов)**» анализирует развитие интернет-коммуникации христианской молодежи в социальных сетях, основные проблемы, которые ее интересуют, систему ценностей молодых людей. **А. П. Зыков** изучает специфические формы юмора, распространяющиеся в Интернете в период с 2005 по 2021 годы. В них проявилась эволюция отношения пользователей как к самому Интернету, так и к другим реальностям современного общества (статья «**Трансформация общественного мнения, выраженного через юмор, к использованию сети Интернет**»).

В разделе «Теория и история культуры» помещена статья нашего постоянного автора, известного петербургского культуролога, доктора исторических наук, профессора **Т. М. Смирновой** «**Радио для национальных меньшинств Ленинграда и Ленинградской области (1920–1930-е гг.)**». Обстоятельное архивное исследование вводит в оборот ряд документов, которые ранее не публиковались. Радиовещание на иностранных языках объективно способствовало развитию национальной культуры малочисленных народов Ленинградской области. В то же время оно осуществлялось под жестким контролем государства и в конце концов было полностью прекращено вследствие изменений в национальной политике. Выпускница гуманитарного факультета ГУАП **М. А. Константинова** в статье «**Граффити и стрит-арт: от художественной практики к социальному действию**» предпринимает оригинальную попытку понять место искусства граффити и стрит-арта в

современной культуре, используя для этого теории социального действия М. Вебера и Ю. Хабермаса, а также ряд близких к ним концепций российских ученых.

Главный редактор

ФИЛОСОФИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

УДК 7.01

Онтологическая аспектуальность в философии и искусстве*

Блохина Наталья Александровна – Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина, Институт истории, философии и политических наук, кафедра философии и методологии науки, доцент, кандидат философских наук, Рязань, Россия.

Email: n.blokhina_77@mail.ru

SPIN: 4313-7197

Авторское резюме

Состояние вопроса: Анализ философских и художественных картин мира не исчезает из повестки дня исследователей. Причина этого кроется в том, что их не могут до конца заместить научные картины мира. Мало того, наука сама постоянно нуждается в метафизических и образных формах познания и донесения информации до человека.

Результаты: Онтологическая аспектуальность философии и искусства имеет три стороны: 1) в выборе предмета изображения, описания и анализа; 2) в выборе средств изображения, описания и анализа; 3) в выборе структур психики и сознания для воздействия на человека.

Информатизация общества существенно видоизменила некоторые из этих аспектов. Возникновение техногенной виртуальной реальности повлияло на популярные современные жанры художественно-театрального искусства – инсталляции и перформансы. Несмотря на такое требование к их существованию, как бытие «здесь и сейчас», они приобрели возможность дистанционно транслироваться и тиражироваться с помощью цифровых технологий. Технологии “blockchain” даже позволяют выявлять их «оригиналы» (tokens) и «копии».

В философии с проникновением информационных технологий в общество получила подтверждение мысль Жака Деррида, что основным средством передачи рациональных смыслов становится не устная, а письменная речь. Письмо отдаляет означающее от означаемого. В силу этого письменные тексты легче поддаются переосмыслению, деконструкции. В нашем лексиконе закономерно появились такие понятия как «симулякр», «постправда» или «fakenews».

Область применения результатов: Особенности предметов и средств отображения мира, способы воздействия на психику и сознание человека, которыми обладают философия и искусство, должны учитываться в теории коммуникации.

* © Блохина Н. А., 2021.

Выводы: Несмотря на высокий статус науки и научного знания в современном мире, философия и искусство продолжают выполнять самостоятельные познавательные и репрезентативные функции. Философии удаётся в крайне обобщённой и абстрактной форме осмысливать мир и бытие человека в этом мире. Целью же искусства является заполнение пустот, образуемых односторонними (крайне абстрактными) смыслами философии (или науки), которые даже в своей комплексности не могут воссоздать целостность бытия. Односторонности философии и искусства в отображении бытия частично могут компенсировать концепты, которые имеют как понятийную, так и образную составляющую.

Ключевые слова: онтология; философия; искусство; онтологическая аспектуальность.

Ontological Discourse in Philosophy and the Arts

Blokhina Natalya Aleksandrovna – Ryazan State University named after S. A. Yesenin, Institute of History, Philosophy and Political Sciences, Department of Philosophy and Methodology of Science, Associate Professor, PhD (Philosophy), Ryazan, Russia.

Email: n.blokhina_77@mail.ru

Abstract

Background: Researchers have not lost interest in the analysis of philosophical and artistic pictures of the world. The reason for this lies in the fact that scientific world pictures could not substitute them completely. Moreover, science itself constantly needs metaphysical and figurative forms of cognition and conveying information to a person.

Results: The ontological aspects of philosophy and the arts has three sides: 1) in the choice of the subject matter of presentation, description and analysis; 2) in the choice of means of presentation, description and analysis; 3) in the choice of structures of the psyche and consciousness for influencing a person.

The informatization of society has significantly modified some of these aspects. The emergence of technogenic virtual reality has affected such popular contemporary genres as installations and live art performances. Despite the requirement for their existence to be “here and now”, they have acquired the ability to be remotely broadcast and replicated using digital technologies. Blockchain technologies even make it possible to identify their “originals” (tokens) and “copies”.

In philosophy, with the penetration of information technology into society, Jacques Derrida’s idea that the main means of conveying rational meanings is not oral, but written speech was confirmed. It separates the signifier from the signified. Because of this, written texts can be reconsidered and deconstructed more easily. Such concepts as “simulacrum”, “post-truth” or “fake news” have naturally appeared in our lexicon.

Implications: In the theory of communication philosophical and artistic characteristics of subject matters and means of presenting the world, methods of influencing the psyche and consciousness of a person should be taken into account.

Conclusion: Despite the high status of science and scientific knowledge in the modern world, philosophy and the arts continue to perform their independent cognitive and representative functions. Philosophy succeeds in comprehending the world and human existence in it in an extremely generalized and abstract form. The goal of the arts is to fill the voids formed by one-sided (extremely abstract) senses of philosophy (or science), which, even in their complexity, cannot recreate the integrity of being. The one-sidedness of philosophy and the arts in the presentation of being can partially compensate for concepts that have both a notional and figurative components.

Keywords: ontology; philosophy; the arts; ontological aspects.

Введение

Аспектуальность является следствием такой характеристики сознания как интенциональность. Философы или художники вольно или невольно делают выбор в пользу того или иного предмета и средств его исследования или отображения. Несмотря на черты схожести картин мира в философии и искусстве, наиболее заметными из которых являются отпечаток на них личности творца и характеристик эпохи, в значительной степени эти картины разнятся. Рассмотреть их различие нам поможет концентрация внимания (аспектуальность) на той или иной стороне исследования бытия. Онтологическую аспектуальность условно можно проследить:

- 1) в выборе предмета изображения, описания и анализа;
- 2) в выборе средств изображения, описания и анализа;
- 3) в выборе структур воздействия на психику и сознание познающего тем или иным способом бытие человека.

Аспектуальность в выборе предмета изображения, описания и анализа

Искусство почти всегда антропоцентрично в выборе предмета отображения и его вряд ли интересуют вещи сами по себе. Философия «незаинтересованному» виду аспектуальности не чужда. Философию может одновременно интересовать и «звёздное небо надо мной», и «моральный закон во мне».

Выбор предметов изображения в искусстве многое скажет нам о личности художника, об обстоятельствах его жизни, социальных и художественных запросах публики, запретах того общества и государства, в котором художник проживает свою жизнь. Художник отображает чаще всего тот мир, который у него перед глазами. Отображение прошлого и будущего зависит от того, *что* интересуется (пугает, волнует) его и людей его окружающих.

Предметности философского размышления о бытии по своей природе абстрактны (Что считать сущим? Какова структура бытия? Что такое ценности? и пр.), и потому их связь с личными обстоятельствами жизни философа и

особенностями проживаемой им эпохи может носить опосредованный характер. Рассматривая, например, онтологию Аристотеля (384–322 гг. до н. э.) и Дэвида Армстронга (1926–2014) [см.: 2], мы отмечаем, что между этими онтологиями имеется много схожего. Первая из них лежит в плоскости их реалистического понимания универсалий. Их онтологии носят плюралистический, а первые сущности – составленный характер. И лишь разность решаемых их временем философских задач и применяемого логического инструментария внесла ряд отличий в их онтологические построения.

Статика и динамика предметности в искусстве и философии. Искусству подвластно изображать и статические образы («Остановись, мгновение, ты прекрасно!») и динамические картины действительности. Фильмы и спектакли, танцы и песни, музыка разных жанров позволяют увидеть развитие или количественную изменчивость того, что в них изображается. Чтобы подчеркнуть уникальность, неповторимость, невозвратность художественного изображения действительности и переживаний человека, некоторые режиссёры, как, например, руководивший на протяжении многих лет театром имени Маяковского в Москве Андрей Гончаров, не разрешали записывать свои любимые спектакли на плёнку. Такие режиссёры совершенно справедливо утверждают, что заснятый спектакль, являясь копией сыгранного, не обладает всем спектром воздействия этого спектакля на зрителей. Рецепция живого образа производит более сильное воздействие на людей: его восприятие всестороннее и потому более глубокое. Человек, просматривающий свои видеозаписи о путешествии, не только видит, он вспоминает звуки, поверхности, запахи, эмоции. Зрителю через экран, даже с помощью комментариев, невозможно передать целостный образ тех мест, которые ты запечатлел на своём видео.

Некоторые современные жанры художественно-театрального искусства, каковыми являются инсталляции и перформансы, условно можно отнести к статичным и динамичным образам действительности. Предназначение этих жанров воздействовать на зрительское воображение здесь и сейчас. Помимо единства хронотопа должно соблюдаться присутствие автора и его прямое взаимодействие со зрителем. В этих жанрах задействована способность человека, роднящая нас с животными, к игровой деятельности.

Современная цивилизация, сделав возможной техногенную виртуальную реальность, налагает особую печать на существование инсталляций и перформансов. Несмотря на отмеченные особенности жанра, они тоже тиражируются с помощью цифровых носителей и среди них существуют «оригиналы» (tokens) и «копии», фиксируемые с помощью технологий blockchain.

Статика и динамика отображаемых предметов имеет место и в философии. Абстрактность мысленного отображения действительности, как и духовного мира самого человека, делает это отображение статичным, даже в чём-то монументальным, потому что носит категориальный характер – отображает самое существенное, устойчивое в вещах и процессах. Не

удивительно, что Платон говорил о неизменности мира эйдосов и текучести мира вещей как моделей идей. Если философия не могла отобразить происходящее здесь и сейчас, она могла это констатировать: «Всё течёт, всё изменяется». Появилось категориальное описание движения и развития с помощью понятий количества, качества, меры, скачка, как и других категорий диалектики и её законов.

Отображение процессуальных явлений остаётся проблемой и для современной философии. В частности, это актуально для теории событий. Чаще всего, следуя традиции, идущей от Ньютона и Юма, философы-аналитики признают события партикулярными (индивидами). Правда, одни из них считают события абстрактными (ранний Д. Дэвидсон, Дж. Ким, Дж. Беннет, Л. Ломбард), а другие конкретными партикулярными (У. ван О. Куайн, поздний Д. Дэвидсон). Но и у тех, и других возникает вопрос о поиске критериев идентичности событий. Именно критерии позволяют отличать одни (отдельные) события от других. Чаще всего философы склоняются к точке зрения Куайна, для которого тождественными являются события, протекающие в одном и том же пространстве в одно и то же время [см.: 13, р. 292–293].

Само постулирование сущностей и их характер зависит от выбираемых средств их отображения. Начнём обсуждение этого вопроса, продолжая начатый разговор о событиях.

Аспектуальность в выборе средств изображения, описания и анализа

В философии аспектуальность в выборе средств изображения, описания и анализа выливается в *выбор логики, языка, устной или письменной речи*.

В статье «Семантика события и дискурс» А. З. Черняк указывает, что в философии для описания действий и событий используется либо стандартная трактовка предложений, либо семантика событий в духе Дэвидсона. При стандартном подходе к описанию действий и событий в предложении используются *n*-местные предикаты для указания агентов этих действий и событий, их объектов и прочих параметров. Популярный же семантический анализ предложений естественных языков, где речь идёт о действиях и событиях, состоит в том, чтобы в логической структуре этих предложений события или действия играли роль партикулярных. Но насколько оправдан такой подход? Существуют аргументы «за» и «против», но ни один не выглядит решающим, а их совокупность – перевешивающей совокупность контраргументов.

Автор высказывает предположение, что семантика события – одна из доступных стратегий интерпретации высказываний, судить о применимости которой к конкретному случаю можно лишь на основании анализа контекста предложения. С этой точки зрения, решать, следует или нет трактовать предложение как вводящее переменную для события, можно только тогда, когда мы выявим его связи с последующими и иногда предшествующими высказываниями в рамках единого дискурса, то есть проведя контекстный анализ [см.: 8, с. 83–93].

А. В. Смирнов обосновывает ту точку зрения, что картина действительности во многом определяется используемой для её описания логикой предикации. Узловым моментом мышления, в котором раскрывается внутренняя логика мышления в его отношении к действительности, выступает то, как мы конструируем отношение между субъектом и предикатом мысли. Ядерной формой логики предикации для индоевропейских языков служит предикационная формула «S есть P», которая и порождает знакомую нам со времён Аристотеля субстанциально-атрибутивную метафизику (Б. Рассел).

Арабский язык же демонстрирует альтернативную формулу связи субъекта и предиката. Эту формулу можно представить как «S опирание P», потому что формула «S есть P» невозможна в естественном арабском языке. *Ядерной предикационной формуле арабского языка соответствует не интуиция ограниченного пространства и статичного попадания субъекта в пространство предиката, а базовая интуиция протекания.* Соответствующая логика субъект-предикатного конструирования будет уже логикой процесса [см.: 7, с. 5–24]. Предложения арабского языка изначально описывают мир процессуально.

Теперь поговорим о том, *какая речь – устная или письменная* – способна лучше выразить движение мысли, следующей во многом за движением исследуемого предмета.

Сократ считал, что письменная речь уступает устной речи в передаче движущейся человеческой мысли и потому сознательно не вёл записей своих философских размышлений. В диалоге «Федр» платоновский Сократ продвигает идею, что в души научившихся письменам «они вселят забывчивость, так как будет лишена упражнения память: припоминать станут извне, доверяясь письму, по посторонним знакам, а не изнутри, сами собою» [6, с. 186]. Люди «будут многое знать понаслышке, без обучения, и будут казаться многознающими, оставаясь в большинстве невеждами, людьми трудными для общения...» [там же]. Тем самым Сократ подчеркивает важность понимания для познания и обучения, которое требует или собственного мысленного усилия, или рождается в процессе живого диалогового размышления.

Письменность обладает «дурной особенностью», сходной с живописью: «её порождения стоят, как живые, а спроси их – они величаво и гордо молчат...» Если же сочинения отвечают, то отвечают одно и то же. Они не знают, с кем должно говорить, а с кем нет. Кроме того, они не способны ни защититься, ни помочь себе [см.: 6, с. 187].

Жак Деррида, как бы следуя логике рассуждений Сократа, но не разделяя его предпочтений, считал озвученную мысль частью устойчивой философской традиции. Выступив, как и Фридрих Ницше, с переоценкой ценностей западной культуры во второй половине XX века, Деррида отдавал предпочтение графическому оформлению языка, письменным нарративам над звучащим словом (фоноцентризмом, доминированием звучащего слова, живой речи). Почему? Философ отгалкивался от классических теорий знака, согласно которым устная (живая) речь теснее связана с действительностью, чем

графическая система записи. Письмо носит более условный характер и потому отдаляет означающее от означаемого, а именно такова цель его грамматиологии. В силу этого письменные тексты легче поддаются пересмотру, переосмыслению, деконструкции.

Ещё одна причина умаления Деррида живой речи кроется в его критике концепции самосознания, выраженной декартовским «Я мыслю, следовательно, я существую». Именно проговаривание тезиса Декарта создаёт иллюзию независимости, автономности, суверенности этого самосознания. Для Деррида не существует беспредпосылочного, самостоятельного по отношению к культурной традиции сознания. Для него важен «человек культурный», вписанный в непрекращающийся поток текстов, которые в своей совокупности и составляют письмо [см.: 4, с. 34, 35, 37].

И «фоноцентристская» позиция классической философии, и позиция Деррида, критикующая фоноцентризм вкупе с логоцентризмом, составляет предмет для дискуссии. В этой дискуссии, на наш взгляд, ключевое место принадлежит анализу эпохи, в которой указанные концепции зародились. Во времена Сократа и Платона доминировало онтологическое понимание истины. Развитие мысли трактовалось как движение к действительности, к истине, что (как признавал не только критикуемый Деррида Ф. де Соссюр, но и сам Деррида) более характеризует устную речь, чем письменную. Понимание истины как отражения действительности Деррида *мало интересует*. Во второй половине XX века истина релятивизируется, становится зависимой от выбора средств исследования, интеллектуальных добродетелей [см.: 12; 5] познающего, заложницей социальных обстоятельств. Массовая культура порождает иллюзию, что любой интерпретатор классических текстов или автор медийных высказываний является творцом нового. И в этом Деррида оказался гениальным провидцем, почувствовавшим пульс культуры в эпоху Интернета и сетевых коммуникаций.

Теперь поговорим о самых *общих средствах выражения онтологических картин мира в философии*. В зависимости от используемых средств онтологию делят на: а) формальную; б) дескриптивную и в) формализованную [см.: 11]. В современной формальной онтологии существуют две линии. Одна линия берёт начало в работах Гуссерля, вторая – нет. Гуссерлеанская линия онтологии исследует фундаментальные категории бытия, где важны отношения между частями и целым и законы их взаимозависимости. При этом категории формальной онтологии считаются независимыми от так называемой материальной онтологии [см.: 9, р. 199], для чего используются методы эйдетической редукции (ухода от натуралистической установки) и категориальной интуиции [см.: 11]. Вторая линия в современной формальной онтологии исследует сущее в его связях, прибегая к инструментам формальной логики. Лучше всего данная линия представлена в работах Нино Кокчиареллы. Согласно ему, «формальная онтология является результатом комбинирования интуитивного, неформального метода классической онтологии с формальным, математическим методом современной символической логики, и их полнейшим

отождествлением как разных аспектов одной и той же научной дисциплины» [10, p. 640].

Дескриптивная (или описательная) онтология представляет собой перечисление всех объектов, которые могут быть зависимыми и независимыми друг от друга, реальными или идеальными. Очевидно, к разновидности дескриптивной онтологии следует отнести онтологию Л. Витгенштейна периода работы над «Философскими исследованиями», дескриптивную метафизику П. Стросона и ряд других концепций.

Формализованная онтология представляет собой сведение в формальную систему результатов, достигнутых ранее дескриптивной онтологией. Для формализованной онтологии средства математической логики могут использоваться как чисто технические, упорядочивающие информацию о мире. При этом математическая логика не рассматривается как единственное упорядочивающее средство для дескриптивной онтологии.

Искусство обладает бóльшим разнообразием средств для отображения действительности хотя бы потому, что человек начал размышлять о себе и о мире ещё в те времена, когда не существовало не только письменной речи, логики и философии как форм осмысления мира, но и хорошо развитой живой речи. Художественные образы помогали человеку ориентироваться в этом мире, понимать других людей, вырабатывать первые модели социальности.

Не следует забывать, что на каждом витке цивилизации искусство начинало активно использовать средства выражения, разработанные наукой и техникой. Так, мы уже говорили о виртуализации современного искусства.

В истории человечества онтология (сущности, их свойства и отношения между ними) существовала и до возникновения философии, и на ранних этапах её развития в образно-понятийной форме. Центральные для древнего Китая и древней Индии онтологические сущности (дао, инь и ян, сансара, др.) отсылали к конкретным образам (дороги, женщины и мужчины, колеса и др.). Образы-понятия делали мир сущего представляемым и потому более понятным. В современной онтологии также используется комбинированное средство для описания мира природы и человека. Таковым средством выступают *концепты*.

С. Г. Воркачев выделяет три составляющие в составе лингвокультурного концепта:

1) понятийную, отражающую его признаковую и дефиниционную структуру;

2) образную, фиксирующую когнитивные метафоры, поддерживающие концепт в языковом сознании;

3) значимостную, определяемую местом, которое занимает имя концепта в лексико-грамматической системе конкретного языка, куда войдут также его этимологические и ассоциативные характеристики [см.: 1, с. 5].

Чаще всего концепт отражает этнокультурные особенности языка. Но не только. В самом широком смысле в число концептов включаются лексемы, значения которых составляют содержание национального языкового сознания и формируют «наивную картину мира» носителей языка [см.: 1, с. 7].

Аспектуальность в выборе структур воздействия на психику и сознание человека

Если сравнивать онтологические картины мира в философии и искусстве по видам аспектуальности, то всего менее эти картины различаются в выборе предметов отображения. Их различие бóльшей мере состоит в средствах отображения. И именно это ведёт к значительной разнице в аспектуальности третьего вида – в выборе структур психики и сознания для воздействия на человека.

Абстрактность мышления делает рационально-теоретический образ действительности, в том числе и образ самого человека, достаточно односторонним. Мышление способно «схватывать» в понятие или суждении всякий раз одну сторону действительности, чтобы не нарушить законы формальной логики и тем самым не впасть в противоречие. Для охвата мира в его целостности и развитии Гегелю пришлось создать систему диалектики – категориально обозначить разные стороны действительности и раскрыть их взаимопереходы.

Воздействие философского, теоретического образа действительности на человека происходит в основном через осознаваемые акты осмысления. Мышление редко бывает, если вообще бывает, не осознаваемым. В этом его сила и его слабость. Сила в том, что осознаваемая информация может анализироваться, коллективно обсуждаться, фиксироваться, храниться и транслироваться. Слабость же в том, что человек способен активно и осознанно воспринимать и анализировать информацию не в любой момент своей жизни.

Другое дело – художественный образ. Он может восприниматься и на неосознаваемом уровне. Комплексность воздействия образов и символов, создаваемых искусством, делает это воздействие *целостным*. Собственно и целью искусства является заполнение пустот, образуемых односторонними (абстрактными) смыслами философии или науки, которые даже в своей комплексности не могут воссоздать (или сконструировать) целостность бытия. Искусство же это сделать может. Искусство способно на короткий (исполнение песенного шлягера) или значительный промежуток времени полностью заменить действительность. Искусство способно дать человеку переживание (ощущение) и даже осознание *цельности* бытия. Понимание этой особенности искусства делало его обязательным средством при формировании религиозных картин мира. Активно используется искусство в продвижении идей в сфере политики и продаже товаров в сфере экономики. (Проголосуйте за NN и будете жить как в раю. Купите данный товар, и ваша жизнь приобретёт иное качество.)

Кто воспринимает абстрактно? Вспоминая Гегеля. (Вместо заключения)

Когда-то Г. В. Ф. Гегель задавал вопрос и отвечал: «Кто мыслит абстрактно? – Необразованный человек, а вовсе не просвещенный» [3, с. 390]. Но давайте спросим: «Кто *воспринимает* абстрактно?» И если мы будем говорить об онтологии, картине мира, создаваемой средствами философии, то именно философская картина мира будет абстрактной, крайне аспектуальной.

Искусство же позволяет отобразить и отдельные аспекты (через статичные жанры искусства, «Остановись, мгновение, ты прекрасно!»), так и динамику мира, жизни человека (через динамические жанры искусства).

Искусство воздействует целостно на психику и сознание любого человека, даже необразованного. Искусство позволяет дать ощущение или осознание целостности бытия. Большую роль при этом играет *эмоциональная вовлеченность* человека в восприятие действительности, которая достигается и выбором предметности (близких человеку тем), и выбором средств воздействия.

В силу сказанного можно сделать вывод, что философская онтология проигрывает онтологии, создаваемой средствами искусства, своей односторонностью, что является характерной чертой абстрактности. Но одновременно именно абстрактность позволяет философии через рационализацию картины мира служить концептуальным мостиком между искусством и наукой.

Список литературы

1. Ангелова М. М. «Концепт» в современной лингвокультурологии // Актуальные проблемы английской лингвистики и лингводидактики. Сборник научных трудов. Выпуск 3. – М., 2004. – С. 3–10.
2. Блохина Н. А. Онтология Дэвида Армстронга и Аристотеля: незеркальное отражение // Вестник МГУ имени М. В. Ломоносова. Серия 7. Философия. – 2014. – № 4. – С. 78–95.
3. Гегель Г. В. Ф. Кто мыслит абстрактно // Работы разных лет. В двух томах. Т. 1. – М.: Мысль, 1970. – С. 387–394.
4. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. – М.: Интрада, 1996. – 252 с.
5. Каримов А. Р. Эпистемология добродетелей. – СПб.: Алетейя, 2019. – 428 с.
6. Платон. Федр // Собрание сочинений: в 4-х т. Т. 2. – М.: Мысль, 1993. – С. 135–191.
7. Смирнов А. В. Пропозиция и предикация // Философский журнал. – 2016. – Т. 9. – № 1. – С. 5–24.
8. Черняк А. З. Семантика события и дискурс // Вопросы философии. – 2017. – № 2. – С. 83–93.
9. Albertazzi L. Formal and Material Ontology // Formal Ontology / Roberto Poli R., Simons P. – Dordrecht: Springer, 1996. – pp. 199–232. DOI: https://doi.org/10.1007/978-94-015-8733-4_8
10. Cocchiarella N. Formal Ontology // Handbook of Metaphysics and Ontology / Smith B., Burkhardt H. – Munich: Philosophia Verlag, 1991. – Pp. 640–647.
11. Corazzon R. Ontology: Its Role in Modern Philosophy // Ontology: Theory and History. URL: <https://www.ontology.co/#maincontent> (дата обращения: 11.11.2020).

12. Greco J., Turri J., Alfano M. Virtue Epistemology // Stanford Encyclopedia of Philosophy. – URL: <https://plato.stanford.edu/entries/virtueepistemology/> (дата обращения: 11.11.2020).

13. Lombard L. B. Event // The Cambridge Dictionary of Philosophy / General editor R. Audi. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – Pp. 292–293.

References

1. Angelova M. M. “Concept” in Contemporary Linguocultural Studies [“Kontsept” v sovremennoy lingvokulturologii]. *Aktualnye problemy angliyskoy lingvistiki i lingvodidaktiki. Sbornik nauchnykh trudov* (Actual Problems of English Linguistics and Linguodidactics. Collected Research Papers), iss. 3, Moscow, 2004, pp. 3–10.

2. Blokhina N. A. David Armstrong’s and Aristotle’s Ontology: Nonspecular Reflection. [Ontologiya Devida Armstronga i Aristotelya: nezerkalnoe otrazhenie]. *Vestnik MGU imeni M. V. Lomonosova. Seriya 7. Filosofiya* (Moscow University Bulletin. Series 7. Philosophy), 2014, no. 4, pp. 78–95.

3. Hegel G. W. F. Who Thinks Abstractly? [Kto Myslit Abstraktno?]. *Raboty raznykh let. V dvukh tomakh. Tom 1* (Works of Different Years: In 2 vol. Vol. 1). Moscow: Mysl, 1970, pp. 387–394.

4. Ilyin I. P. Poststructuralism. Deconstructionism. Postmodernism. [Poststrukturalizm. Dekonstruktivizm. Postmodernizm]. Moscow: Intrada, 1996, 252 p.

5. Karimov A. R. Virtue Epistemology. [Epistemologiya dobrodetey]. Saint Petersburg: Aleteyya, 2019, 428 p.

6. Plato. Phaedrus [Fedr]. *Sobranie sochineniy: v 4 t. T. 2* (Collected Works: in 4 vol. Vol. 2). Moscow: Mysl, 1993, pp. 135–191.

7. Smirnov A. V. Proposition and Predication [Propozitsiya i predikatsiya]. *Filosofskiy zhurnal* (Philosophical Journal), 2016, vol. 9, no. 1, pp. 5–24.

8. Chernyak A. Z. Event Semantics and Discourse [Semantika sobytiya i diskurs]. *Voprosy Filosofii* (Problems of Philosophy), 2017, vol. 2, pp. 83–93.

9. Albertazzi L.; Roberto Poli R., Simons P. (Eds.) Formal and Material Ontology. *Formal Ontology*. Dordrecht: Springer, 1996, pp. 199–232. DOI: https://doi.org/10.1007/978-94-015-8733-4_8

10. Cocchiarella N.; Smith B., Burkhardt H. (Eds.) Formal Ontology. *Handbook of Metaphysics and Ontology*. Munich: Philosophia Verlag, 1991, pp. 640–647.

11. Corazzon R. Ontology: Its Role in Modern Philosophy. *Ontology: Theory and History*. Available at: <https://www.ontology.co/#maincontent> (accessed 11 November 2020).

12. Greco J., Turri J., Alfano M. Virtue Epistemology. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Available at: https://plato.stanford.edu/entries/virtue_epistemology/ (accessed 11 November 2020).

13. Lombard L. B.; Audi J. (Ed.) Event. *The Cambridge Dictionary of Philosophy*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp. 292–293.

УДК 130.2; 316.324.8

Специфика коммуницирования электронного/цифрового кочевника и мифодизайн*

Яковлева Елена Людвиговна – Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова, кафедра философии и социально-политических дисциплин, профессор, доктор философских наук, кандидат культурологии, доцент, Казань, Россия.

Email: mifoigra@mail.ru
SPIN: 3784-8642,
ORCID: 0000-0003-1799-0883.

Дарчинов Эдгар Вадимович – Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова, кафедра философии и социально-политических дисциплин, аспирант, Казань, Россия.

Email: darchinoved@gmail.com

Авторское резюме

Состояние вопроса: Современное общество живет под знаком цифры, что накладывает отпечаток на метафизику индивида. Он приобретает новый модус идентичности, позволяющий назвать его электронным/цифровым кочевником. В жизни человека под влиянием техноновинок происходят изменения, что стимулирует исследовательский интерес.

Результаты: Анализ бытия электронного/цифрового кочевника приводит к пониманию его как странствующей личности, теряющейся в пространствах реального и цифрового миров. Желая утвердиться, кочевник начинает интенсивно коммуницировать в социальных сетях. Применяя тактики мифодизайна, кочевник персонализируется, опираясь на социальные модели. Особую роль в конструировании образа играет миф, с помощью которого создается более привлекательная реальность бытия кочевника. Миф оказывается мощным средством саморекламирания.

Область применения результатов: Выводы исследования расширяют знания о бытии современной личности, что позволяет прогнозировать будущее и разрабатывать стратегии преодоления кризисных состояний электронного/цифрового кочевника.

Методы исследования: В работе используются диалектический и феноменологический методы анализа, помогающие раскрыть противоречивость метафизики электронного/цифрового кочевника и понять суть его тактик мифодизайна в социальных сетях.

Выводы: Персонализация посредством мифодизайна вписывается в систему потребления современности. Соответствуя современным тенденциям, электронный/цифровой кочевник оказывается потребителем, в том числе потребляя и самого себя. Перечисленное усугубляет кризисное состояние его бытия.

* © Яковлева Е. Л., Дарчинов Э. В., 2021.

Ключевые слова: электронный/цифровой кочевник; коммуникация; социальная сеть; мифодизайн; культурное потребление.

Specificity of Electronic/Digital Nomad Communication and Myth Design

Iakovleva Elena Ludvigovna – Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Department of Philosophy and Socio-Political Disciplines, professor, doctor of philosophy, PhD (Cultural Studies), assistant professor, Kazan, Russia.

Email: mifoigra@mail.ru.

Darchinov Edgar Vadimovich – Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Department of Philosophy and Socio-Political Disciplines, PhD student, Kazan, Russia.

Email: darchinoved@gmail.com

Abstract

Background: Modern society is guided by the digital sign, which leaves an imprint on the metaphysics of the individuals. They acquire a new mode of identity that allows them to be called an electronic/digital nomad. In their lives, under the influence of technological innovations, changes take place, which stimulates research interest.

Results: The analysis of the existence of the electronic/digital nomad leads to their understanding as a wandering personality, lost in the spaces of the real and digital worlds. In order to gain confidence, the nomad begins to communicate intensively on social networks. Applying the tactics of myth design, the nomad is personalized based on social models. The myth plays a special role in the construction of the image. The myth helps to create a more attractive reality of nomad being. It turns out to be a powerful self-promotion tool.

Research implications: The findings of the study expand the knowledge about the existence of a modern personality, which makes it possible to predict the future and develop strategies for overcoming the crisis states of the electronic/digital nomad.

Research methods: The work uses dialectical and phenomenological methods of analysis, which help to reveal the contradictory nature of the metaphysics of the electronic/digital nomad and to understand the essence of their tactics of myth design in social networks.

Conclusion: Personalization through mythological design fits into the modern consumption system. In accordance with current trends, the electronic/digital nomad turns out to be a consumer, including consuming themselves. The aforementioned aggravates the crisis of their being.

Keywords: electronic/digital nomad; communication: social network; myth design; cultural consumption.

Все большая часть бытия современной личности проходит *под знаком цифры*. В цифровой среде индивид осуществляет не только коммуникацию и покупки, но и получает образование, работает, ищет необходимую информацию, управляет финансами и пр. Интернет, мобильное устройство и доступ к сети оказываются необходимыми атрибутами жизни. Сам человек под воздействием техноновинок и цифровой среды современности постепенно трансформируется. Именно «широкое распространение электронных инфраструктур и постоянная погруженность в них личности рождает новую форму идентичности» – *электронное/цифровое кочевничество* [1, с. 229]. Данное обстоятельство приводит к появлению иных форм бытия и взаимодействия людей между собой, заставляя исследовать их с целью понимания специфики, прогнозирования сценария развития будущего и предотвращения возможных рисков. Вклад в разработку проблемы вносит все большее количество исследователей. Среди них выделим М. Р. Арпентьеву, Ж. Бодрийяра, А. В. Ульяновского, Е. Л. Яковлеву. Их идеи легли в основу предпринятого анализа, сыграв роль теоретического каркаса.

Чтобы конкретизировать специфичность метафизики кочевника, обратимся к справочной литературе. Согласно словарям В. И. Даля, С. М. Ожегова и Д. Н. Ушакова, кочевником называют человека, постоянно переходящего/переезжающего/передвигающегося с одного места на другое, т. е. ведущего бродячий/неоседлый образ жизни. Основу понятия *электронный* составляет слово *электрон* как заряженная элементарная частица, находящаяся в движении. Одно из значений термина *цифровой*, появившееся в современности, указывает на выраженную посредством чисел информацию.

В научной литературе термины *электронный кочевник* и *цифровой кочевник* оказываются равнозначными. Об электронном кочевнике пишут Е. Л. Яковлева, Н. С. Селиверстова, О. В. Григорьева и др., понятие цифрового кочевничества разрабатывают М. Р. Арпентьева, И. П. Кужелева-Саган, Д. И. Спичева, Д. Е. Добринская и др. Так, Е. Л. Яковлева, характеризуя кочевника, подчеркивает: он – «*пользователь*, и это качество обуславливает его ключевую потребность – *иметь доступ к сети* и компьютеру, осуществляя постоянный, виртуальный контакт, нередко *неважно с кем*» [2, с. 1662]. М. Р. Арпентьева в результате анализа феномена заключает, что цифровой кочевник ведет «“мобильный образ жизни”, постоянно меняя места проживания, а также использует цифровые телекоммуникационные технологии для выполнения своих профессиональных обязанностей... и решения иных вопросов» [3, с. 18]. Исходя из приведенных значений, сделаем предварительный вывод: электронный/цифровой кочевник представляет собой личность, не привязанную к определенному месту жительства, находящуюся в постоянном движении и активно использующую цифровые технологии в своем бытии.

Наблюдения за электронным/цифровым кочевником позволяют говорить о том, что его бытие «являет Глубокую мутацию в экологии человеческого рода» [4, с. 9]. Окруженный техносредой и разнообразием в ней, кочевник незаметно подвергается метаморфозам. Как *человек технологизирующийся*

(В. А. Кутырев), электронный/цифровой кочевник оказывается сотканным из противоречий, что определяет не только его метафизику, но и особенности бытия [см.: 5].

Кочевник одновременно свободен и зависим. Свобода в перемещении оказывается сопряженной с зависимостью от сети и техноновинок. Само перемещение в бытии для кочевника реально и виртуально. Увлекая своим форматом движения по различным мирам, оно приводит к игнорированию многих аспектов действительности. Нередко электронный/цифровой кочевник не может вспомнить/воспроизвести последовательность событий своей жизни или их детали, что обусловлено постоянным переключением внимания от реального к виртуальному миру. Действительность оборачивается для современного кочевника виртуальностью, и он начинает совмещать/путать оба пространства, стирая границу между ними. Обрушение на кочевника огромных потоков информации приводит к ее поверхностному восприятию. Живя в настоящем, кочевник не заботится о прошлом и будущем, но при этом и настоящее оказывается для него ускользающим. Гибкость и мобильность электронного/цифрового кочевника приводят к пассивности и отчужденности. Желая стабильности, кочевник своим образом жизни демонстрирует постоянную смену алгоритмов, что свидетельствует о непостоянстве и даже потерянности/бездомности в бытии.

Специфичность обнаруживается и при взаимодействии кочевника с Другими. Предпочтение отдается бесконтактной коммуникации в онлайн-режиме. Она подразумевает не непосредственное присутствие людей с их эмоциями и мыслями, а определенную разделенность пустотой с реальным отсутствием людей друг для друга в месте встречи. Коммуникация позволяет приобщиться к абстрактной общности либо виртуальному коллективу, создавая иллюзию сопричастности и мифического участия. Как справедливо заметил Ж. Бодрийяр, «повседневное общение состоит не в общении с себе подобными, а в получении... посланий и в манипуляции с ними» [4, с. 9]. Сам контакт осуществляется с помощью техники. Происходит *машинерия коммуникации* (Ж. Бодрийяр), охватывающая разные сегменты социального: «это “отчужденная” социальная функция (практикуемая по договоренности от других)» [4, с. 136].

Одной из удобных форм коммуникации в современности оказывается социальная сеть. Потребление цифровых сервисов практически с каждым годом увеличивается: «Пользователь Интернета, находясь в перманентном состоянии *on-line*, оказывается добычей технических устройств, приобретая неосознаваемую *электронную зависимость*» [5, с. 63]. Особой популярностью в обществе пользуются такие социальные сети, как Instagram, Facebook, YouTube, ВКонтакте, Twitter, LinkedIn, Google+ и др. Они позволяют беспрепятственно общаться и создавать социальные отношения. В них кочевник становится не только активным пользователем виртуальной среды, но и участником формирования информации и обмена ею. Взаимодействие в социальных сетях играет роль культурного продвижения кочевника в обществе. Подобная коммуникация помогает кочевнику реализовать потребность в персонализации,

демонстративно показывая Я и отличие от Других. Главное «вступить в магический контакт с этим теплым и анонимным тождеством, публикой» [4, с. 145].

Коммуникация в социальных сетях не требует специального обучения и знаний. Она представляет собой *странную смесь знаков и отношений* (Ж. Бодрийяр), опору на социальные модели, жизненные ситуации и речевые клише, обнажая *наименьшую общую культуру* современной личности. Занимая значительное количество времени, коммуникация требует не размышлений, а только быстроты реакций на события. Преимущественный принцип коммуницирования на социальных платформах: *знать – это видеть* (Ж. Бодрийяр).

Наиболее эффективной техникой при создании собственных страниц для коммуницирования в социальных сетях оказывается *мифодизайн*. А. В. Ульяновский определяет мифодизайн как «вид социально-культурной технологии, отличающийся применением особых системных процедур конструирования коммуникативного качества и коммуникативно-предметного поля товара/услуги и особенным вниманием к поддержанию доверия целевых аудиторий» [6, с. 154–155]. Мифодизайн основывается на сочетании наименьшей общей культуры с техническими приемами. Рождаемый синтез обладает программирующей силой воздействия как на создателя, так и на массовую аудиторию, потому что «медиум-компьютер является только технической материализацией коллективного медиума», организуя «участие всех и каждого в одном и том же» [4, с. 148]. Дизайн облегчает «обмен функциями под знаком культурного продвижения», помогая «вписать людей в “окружающую среду”», а «функционализм человеческих отношений получает в культурном продвижении одну из своих важных основ – дизайнер соединяется здесь с инженером в соответствующей обработке человека» [4, с. 156]. Приведенная цитата свидетельствует о властном характере тактик кочевника, обращающегося к мифодизайну.

Подчеркнем, технологии мифодизайна сегодня активно эксплуатируются в личном пространстве. Мифодизайн помогает электронному/цифровому кочевнику *персонализировать себя* (Ж. Бодрийяр), что оказывается одной из модных тенденций в социальном мире и потребностью индивида в отличии. При этом желание отличиться соседствует с желанием приспособиться к окружающей среде. Кочевники в сетях постоянно соперничают друг с другом, но это соперничество не представляет собой открытой/явной конкуренции. Как замечает Ж. Бодрийяр, скорее это – *игровая абстракция конкуренции*. Она довольно мягко подчиняет массовое сознание «неосознанной дисциплине кодекса и состязательной кооперации на уровне этого кодекса», «заставляя людей принять правила игры» [4, с. 131]. Мифодизайн как способ позиционирования кочевника помогает ему «обеспечить или привести в движение свою общественную судьбу» [4, с. 147].

Необходимо признать: осуществляя процесс персонализации, личность неожиданно вместо присутствия являет отсутствие. Ее страсти, эмоции, воля и характер исчезают. В итоге «эта утерянная инстанция стремится

«персонализироваться»», «конституироваться in abstracto с помощью знаков», «чтобы воссоздать синтезированную индивидуальность» и «разрушить ее в тотальной анонимности» [4, с. 118, 119]. Безусловно, в персонализации кочевников обнаруживаются «мелкие качественные различия», высвечивающие стиль и статус личности, что соответствует негласному *закону социального разграничения* [см.: 4, с. 122]. Сегодня кодекс различий оказывается достаточно подвижным. Личность может неожиданно прославиться либо исчезнуть из оптики внимания.

Ж. Бодрийяр в логике персонализации посредством мифодизайна выделил следующие составляющие: функционализацию, натурализацию и культурализацию. Они помогают реализовать *демонстративный рефлекс хвастливости* кочевника. Функционализация заключается в переключении внимания кочевника на цифровой мир, где он совершает разного рода операции в системе. Натурализация кочевника связана с его персонализацией в социокультурном пространстве. Процесс культурализации осуществляется в результате адаптации кочевника к цифровой среде путем ассимилирования ее практик, ценностей и правил в свой жизненный мир.

Ключевыми элементами мифодизайна являются конструирование образа, событий в жизни и нарратива. С их помощью электронный/цифровой кочевник пытается показать окружающим себя и событийность своей жизни, но все перечисленное, как правило, не существует в представленном виде и подогнано под современную/модную модель. Мифодизайн, воплощающий модели жизни и комбинирующий детали между собой, оказывается мощной техникой, посредством которой создается материал для обмена. При этом техничность мифодизайна, позволяющая комбинировать элементы, допускает не только их сборку, но и разрушение.

Основу модели конструирования образа кочевника составляют идеи нарциссизма, обольстительности, сексуальности. «Каждый находит свою собственную персональность в следовании этим моделям» [4, с. 122]. Представленные в фотографиях и видеоматериалах в социальных сетях модели жизни оказываются сходными у разных людей. Объясняется ситуация тем, что они создаются на основе *модного скомбинированного образа* (Ж. Бодрийяр), а личность, прибегая к технике мифодизайна, оказывается «подчинена производству искусственно умноженных моделей» [4, с. 120]. Так, мужская модель включает в себя элементы ярко выраженной маскулинности, состоятельности, жесткости, решительности, требовательности и умения выбирать. При этом «мужской выбор агонистичен: по аналогии с вызовом, это преимущественно “благородное” поведение» [4, с. 135]. Женская модель воплощается посредством сексуальности, привлекательности, ухоженности, заботливости, материнства и пр. Перечисленное демонстрирует женскую «ценность действия для других», вследствие чего мужчина осуществит свой выбор в ее пользу [4, с. 135]. Необходимо заметить, что в моделях кодируется не только натурализация и культурализация кочевника, но и проявляется его функциональность. Женщина, позиционируя себя на социальных платформах, «выполняет не только экономическую функцию, но и функцию Престижа,

производную от аристократической или буржуазной праздности женщин, которые этим свидетельствуют о престиже их хозяина» [4, с. 136]. Помимо перечисленных моделей, сегодня на социальных платформах можно обнаружить и модель гермафродита. Она связана «с юностью и молодостью, амбисексуальной и нарциссической, ... близкой к женской модели любезности» [4, с. 137]. Все модели представляют собой область культурного потребления. Следование модели, с одной стороны, персонализирует кочевника, с другой стороны, делает его похожим на Других, потому что «система исключает всякое оригинальное качество, удерживая только различительную схему и ее систематическое производство» [4, с. 128]. Электронный/цифровой кочевник преломляет в себе коллективные черты, заложенные в социальных моделях. При этом мифодизайн «исключает собственное содержание, собственное бытие каждого» [4, с. 128]. Неслучайно привлекательным элементом мифодизайна, способным справиться с подобной задачей, является миф. Находясь *по ту сторону истины и лжи* (Д. Дж. Бурстин), он проявляет свою властную силу, заставляя не только массовую аудиторию, но и самого создателя поверить в его реальность. Миф одновременно олицетворяет отрицание реальности и ее креативное сотворение. В бытии кочевника он показывает «фантастическое раздвоение мечты: быть одновременно тем и другим» [4, с. 148]. Посредством него создатель прославляет себя и связанные с собой события/вещи, отрицая реальность. Заряженный и вдохновленный мифом, электронный/цифровой кочевник пускается в дальнейший путь, постоянно обращаясь к технике мифодизайна для создания очередных событий в своей жизни и поднятия рейтинга популярности.

Миф и его конструирование ситуативны и подчиняются тенденциям моды. Сегодня «культура больше не создается для длительного существования» и в ней утрачивается *смысловая субстанция* [4, с. 142]. Кочевник может быть противоречив в своих позиционированиях, но он не желает замечать этого, следуя моде. Миф и мифодизайн чутко реагируют на *принцип актуальности*, подчиняясь обновлению тенденций. В них имеет место чередование и комбинаторная модуляция, рождаемые благодаря не столько культурному творчеству, сколько игровым техническим комбинациям моделей и связанным с ними темами/формами/способами выражения. В свою очередь, электронный/цифровой кочевник, продуцируя мифы, нацелен на нерациональное массовое сознание, потребляющее эмоционально все предлагаемое.

Мифодизайн помогает электронному/цифровому кочевнику рекламировать себя и все, что связано с личными проявлениями. Рекламируя события, бренды, вещи, услуги в качестве модных тенденций/фетишей, кочевник поддерживает свой статус. Реклама демонстрирует самолюбование кочевника, начинающего потреблять самого себя. Подобное соответствует логике общества потребления: «Не только отношение к другим, но и отношение к себе становится потребленным отношением» [4, с. 132]. Стремясь воплотить понравившуюся модель, воспринимаемую в качестве идеальной, кочевник обращается к потреблению и одновременно *персонализируется*. Он начинает

ценить себя благодаря присоединению к модели. В этом обнаруживается функциональность кочевника, у которого «все естественные ценности красоты, обаяния, чувственности исчезают, уступая место показательным ценностям натуральности (софистицированной), эротизма, “изыщества”, экспрессивности» [4, с. 133].

Усиливает элемент рекламы не только видеоряд, но и специальная риторика *персонализированного нарциссизма* (Ж. Бодрийяр), обращенная к каждому: «Создано специально для Вас». В этой риторике эксплуатируется цифровое доверие, нередко в частных пространствах. В ней имеет место лицемерие, представляющее уникальность кочевника и прославляющее его особенности, в том числе связанные с сексуальностью, красотой, телом. Необходимо признать, что у лицемерия сегодня появляется новый формат – цифровой. Для него характерны бесконтактный обмен симулякрами позитивных эмоций и любезностей, дистанционная услужливость и показное внимание к собеседнику, провозглашение лозунгов и высокоморальных принципов в качестве заигрывания с Другими. Но перечисленное выступает в качестве обмана, обнажая некачественность коммуникации и ее двойные стандарты. Лицемерным жестом кочевник пытается скрыть моральную слабость, чувство собственной неуверенности и боязнь критики в свой адрес. Лицемерность высвечивается через противоречия. Так, на страницах медийных кочевников можно встретить ситуации, когда демонстративно-доверительно позиционируются гражданская позиция и гуманизм при ненависти к людям, религиозность при атеизме, прославление семьи при ее распаде, культ детей при конфликтной ситуации с ними, нежное отношение к старости при ее ненависти и боязни, любовь к телу при отчаянной борьбе с ним.

Продукция мифодизайна, явленная в социальных сетях, связана с *системой потребления*, властным управлением поведением потребителей и желанием утвердиться в социальном. Дело в том, что потребление сегодня оказывается связанным с коммуникацией и обменом информацией, приобретая модус *культурного потребления*. Посредством мифодизайна у потребителей постоянно побуждаются вкусы, предпочтения, потребности, решения. Принятые в обществе модели позиционирования кочевника становятся элементом не только тиражирования, но и копирования. «Размножение образа соответствует умножению публики, которая фатально (!) определяет места встречи с этим образом» [4, с. 150]. Кочевник играет с моделями, осуществляя выбор среди них. Как справедливо замечает Ж. Бодрийяр, «общество потребления представляет самого себя и нарциссически отражается в своем образе» [4, с. 131].

Социальные платформы представляют собой системы рассеянных в пространстве культурных ценностей, которые периодически взрываются, привлекая к себе внимание. Благодаря этому создается ритуализированное соперничество между кочевниками. Устройство виртуального мира с его многочисленными социальными сетями позволяет провести сравнение с ризомой. С каждым днем все большее количество людей присоединяются к этой системе различий, имеющих цифровое измерение, и начинает

продуцировать собственные различия. Вследствие этого пространство социального превращается в *монополистическую концентрацию производства различий* (Ж. Бодрийяр). В нем начинают уничтожаться «реальные различия между людьми», что «делает однообразными личности» и «одновременно освящает царство дифференциации» [4, с. 121]. Демонстрирование кочевником себя на социальных платформах, преследуя цель выделиться и быть отличным от Других, рождает противоположный эффект, свидетельствуя «о покорности кодексу, об его интеграции в подвижную шкалу ценностей» [4, с. 120]. Утрата различий приводит к установлению *культы различий* (Ж. Бодрийяр). Особо в следовании этому культу преуспевает средний класс, высвечивающий культурную наивность и хвастливое потребление. Демократизация современного общества оказывается метаморфозой классовой дистанции. Данную ситуацию Ж. Бодрийяр называет *революциями моды*: «Они безвредны и препятствуют осуществлению других революций», потому что «потребление устраняет социальную опасность», погружая массовое сознание «в комфорт, удовольствия и высокий уровень жизни» [4, с. 130].

Необходимо обратить внимание на парадокс существования *underconsumption* или *inconspicuous consumptions*, то есть «парадокс престижной сверхдифференциации» [4, с. 123]. Он выражается «через скромность, строгость, стусевывание, всегда свидетельствующие о еще большей роскоши» и даже «об увеличении хвастовства, переходящего в свою противоположность», что говорит «о более тонком различии» [4, с. 122]. Другое дело, что данное различие оказывается нередко невидимым либо старательно не замечаемым. Если рассматривать проблему с точки зрения технологий, то «на уровне знаков нет абсолютного богатства или абсолютной бедности, нет и противоположности между знаками богатства и знаками бедности: это только дизель и бемоль на клавиатуре различий» [4, с. 124].

Но на этом парадоксы, связанные с продукцией мифодизайна в социальных сетях, не заканчиваются. Функционирование социальных сетей имеет своей целью систематически производить разного рода отношения, но при этом они одновременно стираются: происходит «полная ликвидация личных связей, конкретных социальных отношений» [4, с. 121]. Посредством мифодизайна кочевник намеренно конструирует материал для потребления Другими. Подобного рода отношения, по мнению Ж. Бодрийяра, оказываются безнадежными: все, произведенное одним способом, «обречено быть потребленным» [4, с. 122] и даже стертym из памяти.

В заключении выделим следующие моменты. Электронные/цифровые кочевники – люди, сотканые из противоречий. Кочуя по реальным и виртуальным мирам, они начинают путать их и стирать границу между ними. Постепенно элементы виртуальности, в том числе в виде фантазии, привносятся в жизнь электронного/цифрового кочевника. Позиционируя себя в социальных сетях, он обращается к технике мифодизайна. Она помогает персонализироваться, создавая нереальные события. В этом обнаруживает себя демонстративный рефлекс хвастливости, одновременно утверждающий кочевника и стирающий его в архивах цифрового мира. Посредством

мифодизайна на социальных платформах создается довольно ризоматичная личная история, где миф исключает историчность событийности. Мифодизайн выступает в роли контролирующего и управляющего средства, подчиняя массовое сознание моделям, задаваемым с его помощью. Кочевник подвергается очарованию мифодизайна, прибегая к его помощи в конструировании Я, событий своей жизни на социальных платформах. Подвижность бытия и изменчивость информации, обусловленная ситуативностью мифотворчества, свидетельствуют об отсутствии целостной стратегии развития и направленности жизни. Перечисленное не приносит удовлетворения и усугубляет кризисность современного кочевника, без цели блуждающего по мирозданию.

Список литературы

1. Яковлева Е. Л., Селиверстова Н. С., Григорьева О. В. Концепция электронного кочевника: риски развития цифровой экономики // Актуальные проблемы экономики и права. – 2017. – Т. 11. – № 4. – С. 226–241.
2. Яковлева Е. Л. Электронный кочевник как новая форма идентификации личности // Философия и культура. – 2015. – № 11 (95). – С. 1655–1664. DOI: 10.7256/1999-2793.2015.11.15689.
3. Арпентьева М. Р. Проблема и типология цифрового кочевничества: эмпирический анализ // Симбирский научный вестник. – 2017. – № 2 (28). – С. 14–19.
4. Бодрийяр Ж. Общество потребления. – М.: АСТ, 2020. – 320 с.
5. Яковлева Е. Л. Антиномичность электронного кочевника: опыт философской рецепции посредством метафор // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – 2019. – Т. 19. – № 1 (45). – С. 58–68. DOI: 10.15507/2078-9823.045.019.201901.058-068.
6. Ульяновский А. В. Мифодизайн в рекламе. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2011. – 168 с.

References

1. Iakovleva E. L., Seliverstova N. S., Grigoreva O. V. Concept of Digital Nomad: Fundamental Risks of Digital Economy Development [Kontseptsiya elektronnoy kochevnika: riski razvitiya tsifrovoy ekonomiki]. *Aktualnye problemy ekonomiki i prava* (Actual Problems of Economics and Law), 2017, vol. 11, no. 4, pp. 226–241.
2. Iakovleva E. L. Electronic Nomad as a New Form of Personal Identification [Elektronnyy kochevnik kak novaya forma identifikatsii lichnosti]. *Filosofiya i kultura* (Philosophy and Culture), 2015, no. 11 (95), pp. 1655–1664. DOI: 10.7256/1999-2793.2015.11.15689.
3. Arpentieva M. R. Problem and the Typology of the Digital Nomadism: An Empirical Analysis [Problema i tipologiya tsifrovogo kochevnichestva: empiricheskiy analiz]. *Simbirskiy nauchnyy vestnik* (Simbirsk Scientific Bulletin), 2017, no. 2 (28), pp. 14–19.

4. Baudrillard J. The Consumer Society [*Obschestvo potrebleniya*]. Moscow: AST, 2020, 320 p.

5. Iakovleva E. L. The Antinomy of the Electronic Nomad: Experience of Philosophical Reception through Metaphors [*Antinomichnost elektronnoogo kochevnika: opyt filosofskoy retseptsii posredstvom metafor*]. *Gumanitariy: aktualnye problemy gumanitarnoy nauki i obrazovaniya* (Humanitarian: Actual Problems of the Humanities and Education), 2019, vol. 19, no. 1 (45), pp. 58–68. DOI: 10.15507/2078-9823.045.019.201901.058-068.

6. Ulyanovskiy A. V. Mythological Design in Advertising [*Mifodizayn v reklame*]. St. Petersburg: Filologicheskiy fakultet SPbGU, 2011, 168 p.

СОЦИОЛОГИЯ И ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 316.74; 316.324.8

Современная презентация христианства в социальной сети (на основании интернет-мемов)*

Моисеенко Иван Максимович – Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого, высшая школа автоматизации и робототехники, студент, Санкт-Петербург, Россия.

Email: 02_ivanmoiseenko_02@mail.ru

Авторское резюме

Цель исследования: Развитие информационных технологий значительно повлияло на все сферы жизни человека, в том числе на духовную сферу и на религию. Целью исследования является изучение мемов, отражающих взаимоотношения современной христианской молодежи с Богом, ее отношения с атеистами, отношения между христианами, между мужчиной и женщиной. Проанализированы эмоциональная составляющая этих отношений и их строение.

Результаты: Самыми популярными являются мемы с Богом, в которых демонстрируется любовь, но и высмеиваются потребительский и пренебрежительный характер отношений. В мемах, посвященных атеистам, имеет место негативный настрой, высмеиваются противоречивость их суждений и стереотипы, но также демонстрируется заботливый и трепетный характер отношений. Исследование показало, что основанием для построения мемов, посвященных взаимоотношениям между парнем и девушкой, является преимущественно Библия. Но помимо этого в таких взаимоотношениях высмеивается наличие небрежного и пренебрежительного характера отношения, возникающие из-за высокомерия одной из сторон. Аналогичным образом высмеивается противоречивость и высокомерность между христианами и демонстрируется уважительный и заботливый характер их отношений.

Методы исследования: Фактические данные, на которых строятся выводы, получены эмпирическим путем – посредством сплошной выборки мемов из христианской группы ВКонтакте.

Выводы: Христиане не стоят на месте и активно развивают коммуникацию в интернет-пространстве. Христианская молодежь выявляет существующие проблемы во взаимоотношениях, показывает их через высмеивание, тем самым явно демонстрируя, как не нужно поступать. Помимо этого, в христианстве остались традиционные авторитеты Библии и любви.

* © Моисеенко И. М., 2021.

Ключевые слова: отношения; оценка; популярность; христианство; медиатизация; эмоции; мем.

Modern Presentation of Christianity in the Social Network (Based on Internet Memes)

Moiseenko Ivan Maksimovich – Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University, Higher School of Automation and Robotics, student, Saint Petersburg, Russia.

Email: 02_ivanmoiseenko_02@mail.ru

Abstract

Aim of the research: The development of information technology has significantly influenced all spheres of human life, including the spiritual sphere and religion. The aim of the research is to study memes reflecting the relationship between modern Christian youth, God and atheists, as well as the relationship between Christians, men and women. The emotional component of these relationships and their structure are analyzed.

Results: The most popular are memes with God, which demonstrate love, but also ridicule the consumerist and dismissive nature of the relationship. In the memes dedicated to atheists, there is a negative attitude, the inconsistency of their judgments and stereotypes are mocked, but at the same time, the attentive and sensitive nature of the relationship is demonstrated. The research has shown that mainly the Bible is the basis for constructing memes about the relationship between a boy and a girl. In addition, the presence of a careless and neglectful nature of the relationship arising from the arrogance of one of the parties is ridiculed. Similarly, the contradictions and arrogance between Christians are satirized and the respectful and caring nature of their relationship is demonstrated.

Research methods: The factual data were obtained empirically – through continuous sampling of memes taken from the Christian VKontakte group.

Conclusion: Christians do not stand still and actively develop communication in the Internet space. Christian youth identify existing problems in relationships by laughing at them, thereby clearly demonstrating how not to act. In addition, the traditional values of the Bible and love have remained in Christianity.

Keywords: relationships; evaluation; popularity; Christianity; mediatization; emotions; meme.

Введение

В последние десятилетия распространение информационно-коммуникативных технологий, виртуализация и медиатизация современной реальности обеспечили изменение всех сфер жизни общества. Согласно исследованию агентства We Are Social и платформы Hootsuite, с каждым годом количество пользователей глобальной сети Интернет активно возрастает. В начале 2015 года это число составило 3,4 млрд. В 2021 году число

пользователей достигло около 4,5 млрд человек, что составляет около 60 % от населения Земли [см.: 1]. Быстро развивается развлекательная среда, направленная на обеспечение досуга пользователя. В развлекательном пространстве отсутствует строгая цензура, что позволяет человеку максимально свободно выразить свою точку зрения. Отсюда наиболее достоверно удастся проследить отношение человека к той или иной ситуации и идеологии. Одним из первых сферу медиатизации проанализировал шведский ученый К. Асп. По его мнению, масс-медиа – это сильнейшее средство воздействия на сознание масс, способ изменения политических и общественных настроений. Датский ученый С. Гарвард сформулировал идею глобальной медиатизации как всеобъемлющего социального процесса, в котором общество перенасыщено медиа настолько, что не может более существовать отдельно от него [см.: 2]. Данные Дж. Мейровица и С. Хьяворда доказали влияние медиатизации не только на сознание людей, но и на способы функционирования социальных институтов [см.: 3]. Все более широкая цифровизация общества меняет коммуникации и социальные практики [см.: 4; 5], изменяя формы взаимодействия даже таких традиционных областей человеческой культуры, как религия [см.: 6]. Современная христианская молодежь также вовлечена в интернет-пространство, и потому религия как один из институтов духовной культуры вынуждена поддерживать их потребности и в сети Интернет. Не даром отечественный философ В. Розин отмечает, что «СМИ не просто информируют человека, но и создают определенные реальности, в которые погружают его. В рамках подобных – почти виртуальных – реальностей осознанно, но чаще неосознанно программируются не только переживания человека, но и его мысли, мироощущение» [7, с. 47]. В связи с этим сегодня активно развивается христианская развлекательная среда. В Интернете существуют группы с шутками и мемами с христианским контекстом на платформе Facebook, ВКонтакте, Телеграмм и другие.

На основании одной из таких групп ВКонтакте [см.: 8], используя сплошную выборку 100 мемов, мы решили проанализировать отношения христиан между собой, к атеистам, Богу, а также христианские отношения между парнем и девушкой.

В ходе данного исследования эмпирический материал изучался на основании 7 критериев:

- между кем;
- какая деноминация;
- строение мема:
 - как создается комичность,
 - формат мема (картинка, текст, картинка с текстом),
 - формат картинки мема,
 - строение текста;
- эмоциональный окрас;
- характер отношений;
- причинность отношений;

– популярность.

Результаты

Как известно, общественные отношения – важнейшие детерминанты развития личности. Человечество никогда не существовало вне общественных отношений: человек становится человеком, только если он контактирует с себе подобными и является таковым только потому, что он социален. Л. В. Куликов при описании структуры отношений считает наиболее важными следующие аспекты: объекты отношений, подструктуры отношений и составляющие подструктур, процессы и компоненты отношений [см.: 9].

В ходе исследования было выбрано 4 объекта отношений (христиане и атеисты, Бог, другие христиане; мужчины – женщины). Подсчитав количество мемов с каждым объектом, мы выяснили, что мемов с взаимоотношениями между христианином и Богом, христианином и атеистом публикуется примерно одинаковое количество и больше всего (по 33 %). Взаимоотношения между мужчиной и женщиной и между христианами публиковались тоже примерно в равной пропорции – 19 % и 15 % соответственно. Из всех 100 мемов только 10 % относились к протестантской церкви. Например, бабушка узнала, что ты ходишь в протестантскую церковь и с недоумением спрашивает: «А не значит ли это, что ты в секте?», 1 % к католической (примером служит мем с использованием в диалоге слова КОТоличество и картинкой с котом в белых одеяниях) и 2 % к православной конфессии, например, необычная евангелизация в виде диалога батюшки и пьяного мужчины в церкви, где пьяный мужик бьет батюшку по щеке и говорит: «Подставь другую. Подставляй!», а батюшка в ответ хуком справа отвешивает пьяному леща и говорит: «Какою мерой меряешь, такой и тебе будет отмерено». А все остальные 87 % оказались общехристианскими мемами, затрагивающими общехристианские принципы и ценности – например, мем с надписью: «На этом фото люди, которых не любит Бог», и пустой экран.

В качестве основных процессов отношений выступают: познание, переживание и оценивание, регулирование, осознание. Познание создает информационную основу отношения. Переживание и оценивание выражаются в эмоциональном реагировании на объект отношений, в принятии или отвержении его, в формировании оценки. Рассмотрим эти процессы на исследовании выборки мемов по способу создания комичности, составу и строению мемов и их популярности.

По созданию комичности мемов были выделены 9 способов (рисунок 1). Невероятности посвящены 7 % мемов, например, мем с подписью – «когда решаешь проблемы без Бога», на котором визуально показано, как человек во время наводнения выплескивает воду из-за забора ведром. Недопонимание (20 %), демонстрирует мем, на котором визуально показано, как человек, просящий хлеба, получает от Бога инструмент. Человек не совсем правильно понимает присутствие Божьей помощи в его жизни. Возвышению и коронавирусу посвящены 2 %, Библии – 12 %, противопоставлению – 20 % – например, изображены два замка, первый светлый, представляет обычное

богослужение, второй страшный и представляет богослужение, когда пригласил друзей. Противоречие, игра слов и сравнение, примером которого является мем с изображением 4 видов лапши: пшеничная, рисовая, гречневая и «Бога нет – это доказали», посвящены 14 %, 3 % и 20 % соответственно. Как видно из рисунка 1, по процентному соотношению выделяются 3 способа создания мема: недопонимание, противопоставление и сравнение.



Рисунок 1 – Способы создания комичности мемов

Наибольшим интересом для исследования комичности все же обладает диаграмма на рисунке 2, которая в явном виде отражает использование разных приемов создания комичности в разных отношениях. По ней видно, что мемы, связанные с атеистами, в большей степени строятся на противоречии (30 %) и противопоставлении (27 %), невероятность и Библия используются в равной степени (по 6 %), коронавирус – 3 %, возвышение и игра слов вообще не используются, недопонимание и сравнение находятся близко – 15 % и 12 % соответственно. При этом данные мемы не являются особо популярными среди молодежи (52 % лайков меньше среднего), но и не являются совсем неинтересными (48 % лайков больше среднего). Но данные посты часто являются очень обсуждаемыми (55 % мемов с количеством комментариев больше среднего), однако транслировать данные мемы на своих страничках молодежь не желает (67 % репостов, меньше среднего значения). Самый популярный мем строится на противоречии и представляет собой рисунок двух снеговиков, утверждающих, что они случайно эволюционировали из снежинок, он имеет 1675 лайков.

В отношениях с Богом используются все приемы создания комичности: сравнение (24 %), противопоставление (21 %), недопонимание (18 %), Библия, противоречие и невероятность (по 9 %), возвышение, игра слов и коронавирус (по 3 %). Данные мемы наиболее популярны среди молодежи, и количество

мемов с количеством лайков больше среднего значения достигает 61 %. Но такие посты являются практически не обсуждаемыми (9 % комментариев больше среднего значения) и практически не транслируются (всего 18 % репостов больше среднего). Данные результаты приводят к выводу, что данные мемы чаще всего являются бесспорными; христианской молодежи интересны мемы, затрагивающие отношения с Богом, но они чаще всего решают не транслировать это другим, что в какой-то степени говорит о неуверенности в себе христиан. Самый популярный мем данной категории транслирует заботливое отношение Бога к людям на примере двух друзей, счастливых ребят, на фоне извергающегося вулкана и имеет 1507 лайков.

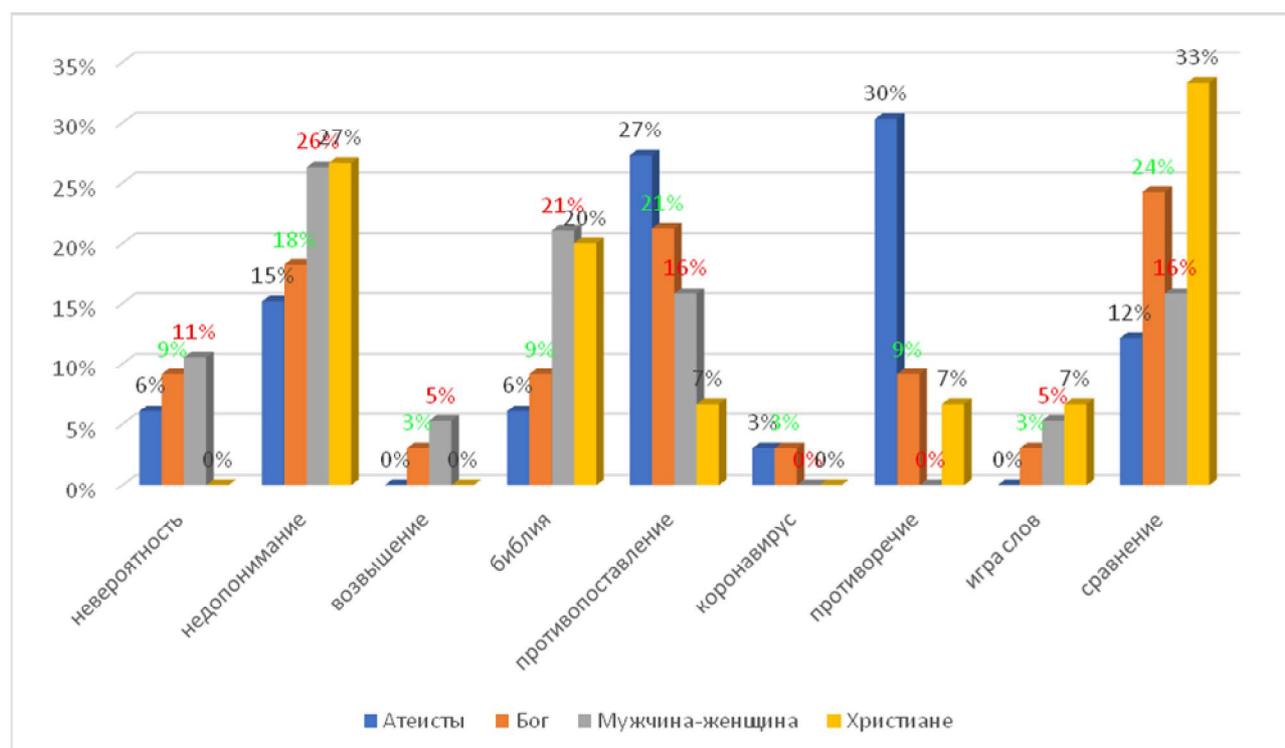


Рисунок 2 – Проценты использования разных приемов комичности в разных взаимоотношениях

Следующий тип отношений – мемы с отношениями между противоположным полом. Они часто строятся, используя цитаты и отсылки к Библии (21 %) и недопонимание (26 %). Сравнение и противопоставление, имеющие близкое строение, используются в 16 % мемов, невероятность используется в 11 % мемов, возвышение и игра слов в 5%, а коронавирус и противоречие не используются. Такие мемы оказались самыми непопулярными, и 68 % таких мемов получили меньше среднего количества лайков. Однако в то же время данные посты оказались самыми обсуждаемыми (в 58 % мемов количество комментариев оказалась больше среднего значения), и самый обсуждаемый мем из 100 с 271 комментарием оказался тоже в этой категории. Также эти мемы стали самыми транслируемыми (37 % мемов с репостами больше среднего значения). Помимо этого, самый популярный мем (1854 лайка) из всех строится на основании отсылки к Библии и затрагивает

именно отношения между парнем и девушкой. Этот мем представляет собой диалог расставания парня с девушкой:

– Ты мне очень нравишься, но...

– Но что?

– Я видел, как ты искала второзаконие в Новом Завете, поэтому я не могу быть с тобой...

И последний объект отношений – между христианами – строится в основном на сравнении (33 %), недопонимании (27 %) и Библии (20 %), остальные мемы строятся на противопоставлении (7 %), противоречии (7 %) и игре слов (7 %). Оставшиеся три приема (невероятность, возвышение и коронавирус) не используются в построении данных отношений. Такие мемы не являются очень популярными между христианами, и лишь 33 % от них превышают среднее значение лайков. Всего 27 % мемов превысили среднее значение по количеству комментариев.

Структура строения самого мема характеризует особенности человеческой восприимчивости к информации. Исследование показало, что 87 % всех этих мемов было построено с помощью объединения картинки и текста, 12 % только из текста, и лишь 1 % только из картинки. Это говорит о том, что человеку просто и интересно воспринимать текст, использующийся вместе с визуальной составляющей. Причем в основном картинка представляет собой рисунок (36 %) и фото (31 %), а остальные в виде вырезок с кино (например, из фильма Звездные войны с изображением грустного мастера Йоды в качестве визуализации чувств парня, узнавшего, что все девушки в церкви вышли замуж) – 13 %, мультфильмов (например, из мультфильма Холодное сердце с изображением Олафа, насадившего себя, как шашлычок в качестве сравнения с девушкой, чьи чувства игнорируются) – 6 % и игр – 2 %. Также стоит отметить, что 34 % текста строится с помощью небольшого диалога, 29 % строится на каком-нибудь утверждении, 24 % – обычная подпись, и 12 % строится с помощью вопроса.

Также характер отношений можно оценить на основании эмоционального реагирования на их объект. Эмоции присущи всем людям, это важная составляющая нашей жизни, и в оценках других людей мы во многом ориентируемся на чувства, которые они вызывают. Эмоции – это реакции человека на значимые для него вещи: явления, события, людей и т. д. Как правило, эмоции связаны с потребностями, и в этом плане механизм их очень прост. Если какие-то обстоятельства помогают удовлетворению потребностей, то они вызывают положительные эмоции, а если препятствуют – то, соответственно, отрицательные. В ходе данного исследования было решено выяснить, какие эмоции христиан выражены в изучаемых мемах. Для этой оценки было взято 4 обобщенные эмоции: положительная, нейтральная, негативная и агрессивная. Общая эмоциональная картина исследования изображена на рисунке 3. На этой диаграмме видно, что наибольшее количество мемов вызывают негативные эмоции (35 %), но положительные составляют лишь на 3 % меньше (32 %). Нейтральными оказались 13 % мемов, и пятая часть вызывает со стороны христиан агрессивные эмоции. Но особый

интерес вызывает распределение этих эмоций именно по отдельным категориям отношений. Это распределение наглядно изображено на рисунке 4. По этой диаграмме видно, что в отношениях к атеистам первое место занимают агрессивные эмоции (52 %), затем негативные (24 %), положительные (15 %) и нейтральные (9 %). Эмоциональное отношение к Богу более однозначное: 55 % мемов имеют положительный окрас, 42 % – негативный, и оставшиеся 3 % – агрессивный. С отношениями между парнем и девушкой распределение получилось достаточно равномерным: положительные, нейтральные и негативные эмоции проявляются в 32 % мемов каждая, и оставшиеся 5 % имеют агрессивный окрас. В отношениях между христианами статистика следующая: нейтральные эмоции занимают после негативного (47 %) второе место и составляют 27 %, 20 % – это положительные эмоции, и 7 % – агрессивные. Статистика оказалась весьма интересной. Большие проценты негативных эмоций в каждом типе отношений можно легко объяснить использованием приема высмеивания и в каком-то плане преувеличения для более яркого обеспечения понимания людьми имеющихся проблем во взаимоотношениях и некой возможной абсурдности суждений. Недаром этот метод часто используется в литературе. В качестве примеров произведений, где виртуозно используется прием сатиры, можно назвать роман М. Булгакова «Собачье сердце», «Мертвые души» Н. Гоголя, рассказы М. Зощенко. Одна из особенностей сатиры – утрирование, сознательное преувеличение недостатков, выпячивание отрицательных сторон таким образом, что объекты, ими наделенные, становятся смешными. Получается, что мемы как отдельный вид творчества в какой-то мере просто переняли этот прием из литературы. Но всё же одним из основных аспектов христианства является любовь к Богу и ближним. А агрессивные эмоции все-таки если и могут являться сатирой, то в довольно грубой форме, и потому наличие 52 % мемов с агрессивным эмоциональным отношением к атеистам является очень непредсказуемым результатом, который прямо противоречит идеологии христианства и не должен, казалось бы, иметь место. Исходя из данного результата, хочется больше углубиться в изучение характера мемов, а также попробовать узнать и объяснить причины такого рода отношений.

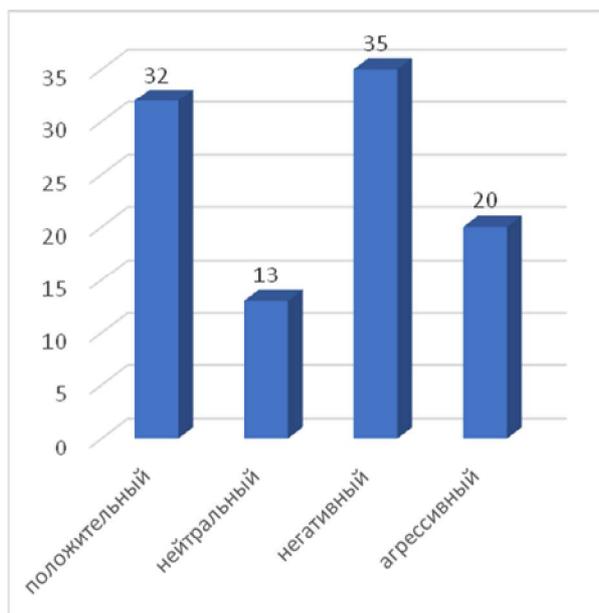


Рисунок 3 – Общая эмоциональная картина исследования

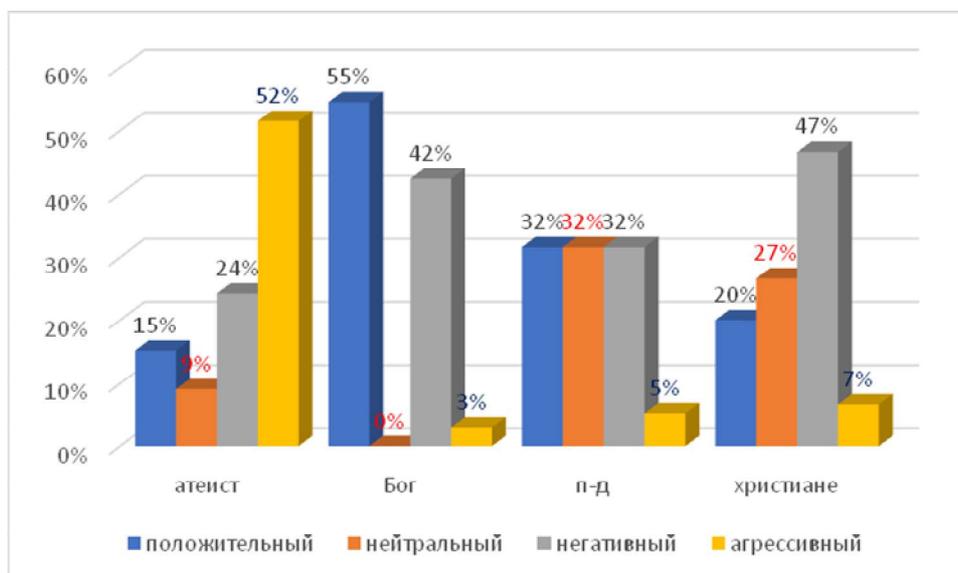


Рисунок 4 – Эмоциональный окрас мемов

Итак, в ходе исследования было выделено 11 характеров отношений: взаимное (2 %), пренебрежительное (10 %), уважительное (8 %), предвзятое (7 %), небрежное (18 %), заботливое (17 %), враждебное (5 %), негативное (14 %), положительное (9 %), трепетное (6 %) и потребительское (4 %). Но естественным образом не получилось их нормального распределения между категориями отношений. Оказалось, что враждебное и взаимное (по 100 %), предвзятое (71 %) и негативное (93 %) отношения в основном встречаются между христианами и атеистами, а положительное (44 %) и трепетное (50 %) – между мужчиной и женщиной (рисунок 5). Также исследование показало, что потребительское (75 %) и пренебрежительное (60 %) отношения чаще всего встречаются между христианами и Богом. Заботливый характер отношений в 59 % относится к отношениям с Богом, а к атеистам, между парнем девушкой и

между христианами он наблюдается в 12 %, 12 % и 18 % случаев соответственно. Небрежный характер в основном имеют отношения с Богом (44 %), затем между мужчиной и женщиной (28 %), 22% между христианами и меньше всего (6 %) с атеистами. Предвзятый характер отношений с Богом вообще не встречается, а между мужчиной и женщиной и между христианами встречается в равной степени в 14 %. Уважительный характер одинаково встречается в отношениях с Богом и между христианами (по 38 %) и в отношениях с атеистами и между мужчиной и женщиной (по 13 %). Пренебрежительный характер отношений в равной степени распределяется в отношениях с атеистами и между христианами (по 10 %), а между мужчиной и женщиной он встречается в 2 раза чаще (20 %). Аналогично и положительный характер в равной степени распределился между отношениями с Богом и между христианами (по 22 %), в отношениях с атеистами в 2 раза меньше (11 %). 33 % трепетного характера отношений встречается с атеистами, 17 % – с Богом, и совсем не встречается между христианами. 25 % потребительского характера связано с отношениями между христианами, а в отношении с атеистами и между мужчиной и женщиной совсем не используется.

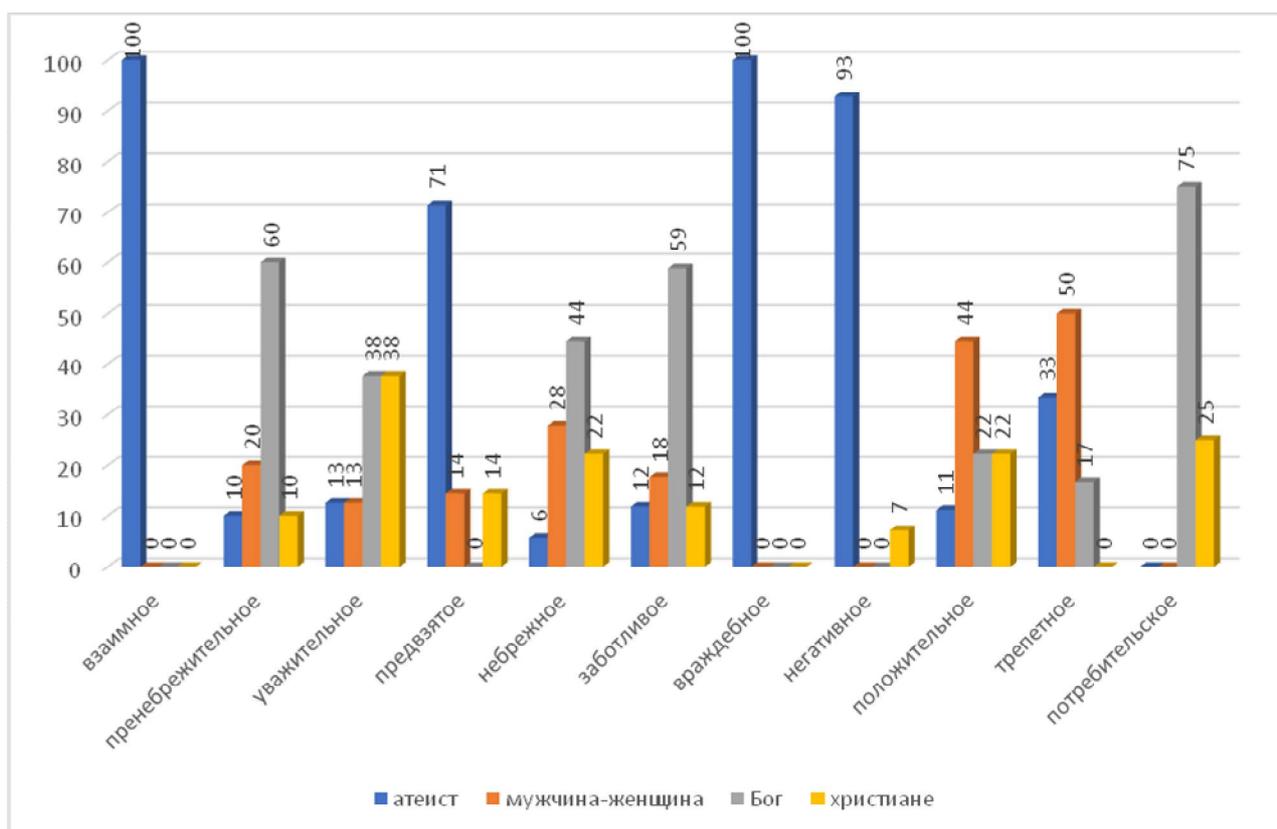


Рисунок 5 – Частота использования отношений разного характера

Но наиболее интересным для нас будет все же рассмотрение характеров отношений каждой категории по отдельности (рисунок 6).

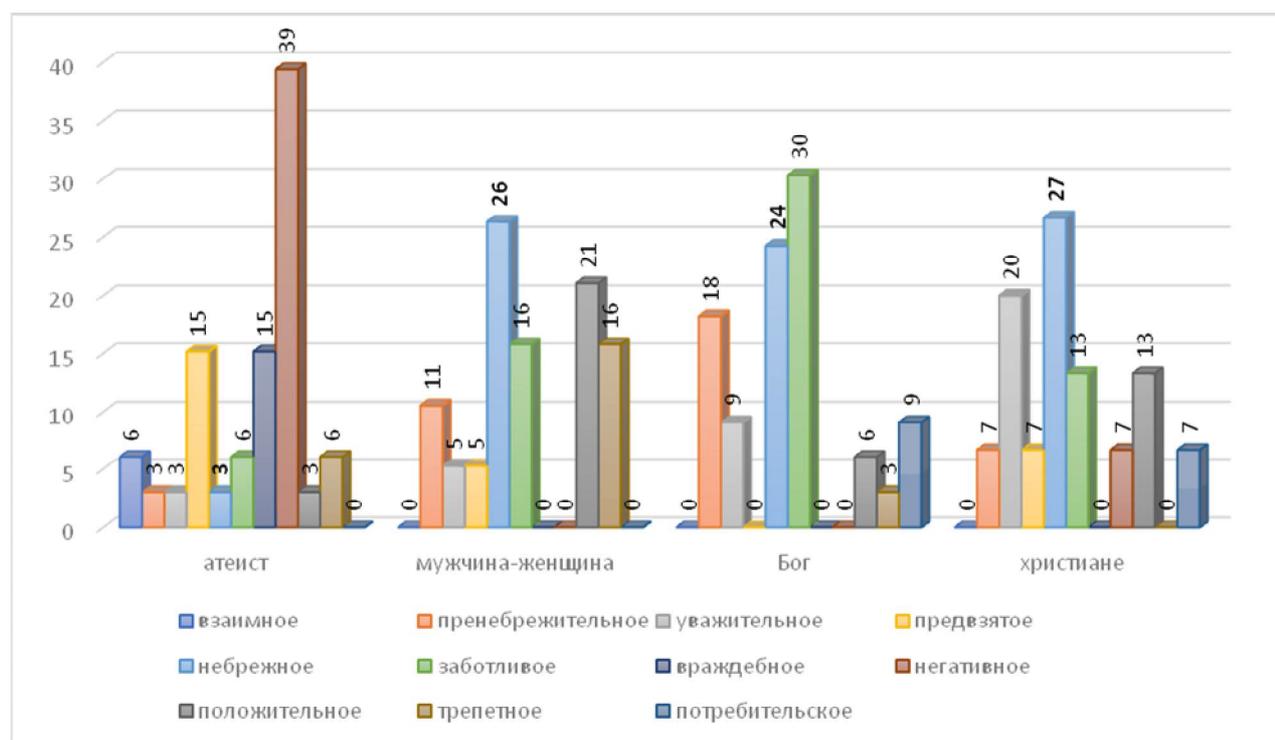


Рисунок 6 – Проценты обнаружения разных типов в частных объектах отношений.

Рассмотрим отношения с атеистами. В отличие от других отношений, здесь встречаются все их типы, кроме одного – потребительского. Так, наибольший их процент (39 %) имеет негативный характер, по 15 % – предвзятый и враждебный, по 6 % – взаимный, заботливый и трепетный и по 3 % – пренебрежительный, небрежный, уважительный и положительный.

Теперь проанализируем отношения между парнем и девушкой. Особо примечательным в этих отношениях является отсутствие враждебного, негативного и потребительского типа ориентации. Здесь в большей степени проявляются заботливый (16 %), положительный (21 %), трепетный (16 %) и уважительный (5 %) характеры. Это результат вполне очевидный и отражает сущность таких отношений. Однако присутствуют и небрежный (26 %), пренебрежительный (11 %) и предвзятый (5 %) характеры.

В отношениях с Богом тоже не используются враждебный и негативный, а также предвзятый типы. Наибольшее количество мемов (30 %) отражают заботливый характер отношений. Также этим отношениям, хоть и в незначительной степени, присущи уважительный (9 %), положительный (6 %) и трепетный (3 %) характеры. Не последнее место в этих отношениях занимает также небрежный и потребительский характеры (26 % и 11 % соответственно). А оставшиеся 5 % приходятся на предвзятый характер отношений.

Последние рассматриваемые отношения – между христианами – обуславливаются примерно одинаковым распределением «хороших» характеров отношений: уважительный занимает 20 % мемов, положительный и заботливый – по 13 % мемов. Также примерно одинаково распределяются «плохие» характеры отношений: предвзятый, негативный и потребительский

характеры занимают по 7 % мемов. Однако исключением является небрежный характер. Он занимает 27 % мемов.

Данные результаты подтверждают сделанные ранее выводы об активном употреблении сатиры в мемах, но уже яснее показывают конкретный характер таких отношений.

Попробуем объяснить такой характер и эмоциональный окрас взятых мемов. Конечно, данному анализу можно посвятить отдельную статью и более детально и глубоко изучить данную тему. В данной статье мы дадим только ее общий, предварительный анализ. Итак, проанализировав все мемы, мы выделили 8 причин, порождающих данный характер отношений и эмоциональный окрас. Это Библия (плюс есть мемы, построенные на определенных стихах Библии), противоречие, возвышение, любовь, факт, недоверие, стереотипы и внимание. Объясним каждую причину более детально. Одной из причин является Библия, она занимает 26 % мемов и подразумевает совершение действий и умозаключений на основании того, что там написано. Например, мем, где парень предлагает девушке познакомиться, но она говорит, что знакомится только с христианами, и после того, как парень в ответ процитировал стих из Библии, она стала смотреть влюбленными глазами. Противоречие охватывает 12 % мемов, например, мем с реакцией христианина на слова «Христос Воскрес» от неверующего человека. Причина возвышения, занимающая 16 % всех мемов, подразумевает проявление качества высокомерности, представляющее превосходство и пренебрежение по отношению к окружающим людям. Примером возвышения является мем, в котором визуально показано, как христианин на работе сказал, что верит в Бога, и сотрудники окружили его подколами, как самолет большим количеством сбрасываемых бомб. Причина любви, используемая в 17 % мемов, довольно понятна и, думаю, не требует особых объяснений. Примером любви является мем, где Иисус Христос помогает овце, которую все другие овцы выгнали из стада. Под причиной факта подразумевается что-то произошедшее, тем или иным образом влияющее на отношения. Например, визуально показан самолет, спокойно летящий с атеистами, который попадает в чрезвычайную ситуацию и вынужден совершить аварийную посадку, в результате чего многие атеисты начинают молиться Богу. Одной из последующих причин является недоверие. Оно является причиной в 8 % мемов, например, визуально показано, как человек просит у Бога ответа, а Бог ему дает все ту же Библию. Седьмой причиной характера отношений являются стереотипы. Стереотипы есть в каждой сфере нашей жизни, в том числе и в христианстве. Стереотипы используются в 9 % процентах мемов. Примерами являются мем, где у кота (роль атеиста) удивленное лицо, когда сказали, что крещение не оmyвает грехи, или мем, где человеку говорят, что ему нужно прийти к Богу, что Он ждет его, а в ответ человек говорит, что хочет еще пожить. И последняя причина – потребность во внимании. 7 % мемов являются следствием удовлетворения или фрустрации этой потребности. Так, например, визуально показано, как девушка влюбилась в парня, а он на нее не обращает внимания.

Теперь обратимся к более частному анализу причин характера отношений (рисунок 7). Вначале посмотрим на отношения между христианами. 40 % мемов основываются на Библии. Например, в одном из них показана ситуация с перегоревшей в субботу лампочкой: если позвать на помощь харизмата, то тот принесет с собой что-то к чаю, а если баптиста – то придётся её менять до понедельника. Разные направления протестантизма по-разному понимают некоторые места писания, и поэтому различается их образ жизни. В 20 % мемов причиной характера отношений является любовь. Примером служит мем, в котором Иисус говорит ученику, что нужно ко всему относиться с любовью, даже к людям с татуировками. В 13 % в качестве причин используются противоречия. Например, показано, как два человека смотрят на абсолютно обычные облака и говорят, что видят в них экстремизм и оскорбление чувств верующих. Примером возвышения (13 %) служит мем, где служитель церкви проявляет высокомерность и говорит, что только в его церкви истина, и если он из нее уйдет, он обречен на ад. Оставшиеся 14 % делятся пополам между стереотипами и вниманием, а факт и недоверие здесь не присутствуют.

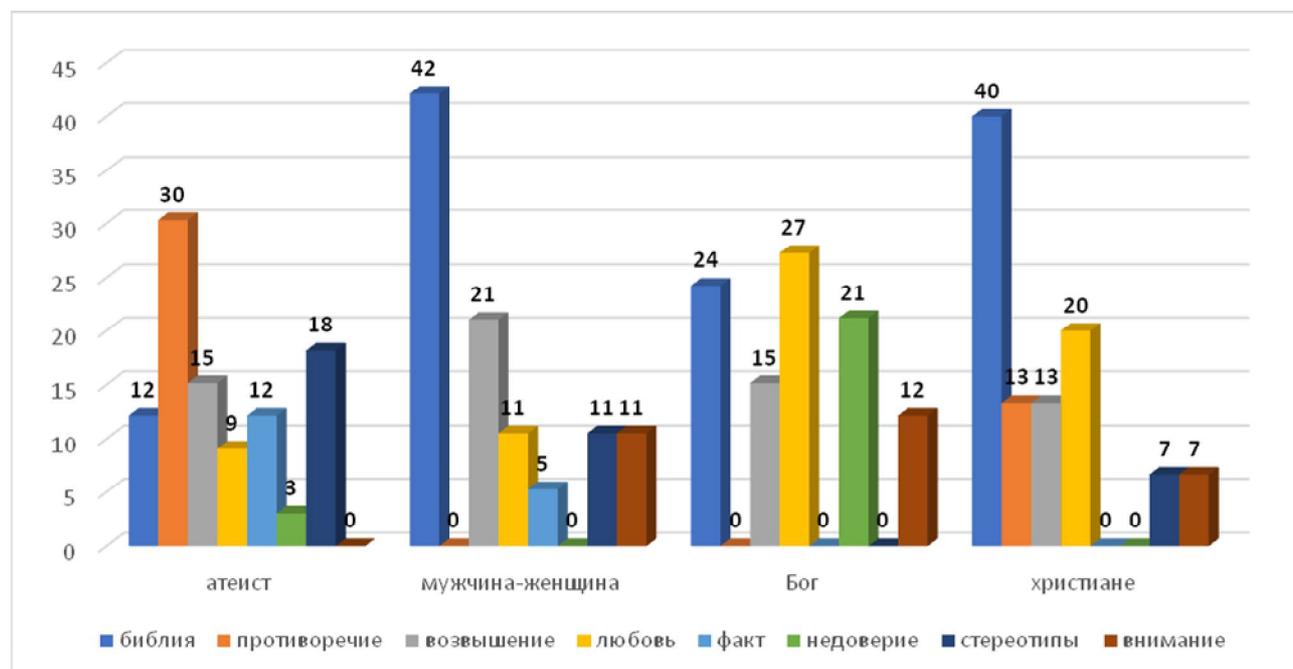


Рисунок 7 – Проценты причин отношений

Посмотрим на отношения с Богом. В этих отношениях по сравнению с остальными получается более или менее равномерное распределение причин. Так, 27 % занимает любовь, немного меньше – Библия, например, мем с подписью «Адам и Ева грешат – Бог: ваш игровой режим изменен на режим выживания». Еще чуть меньше встречается причина недоверия – 21 %, на 6 % меньше встречается возвышение – 15 %, например, мем, на котором две двери: Бог и церковь, и все люди идут толпой в церковь, тем самым возвышая ее ценность, пренебрегая самой главной целью церкви. Оставшиеся 12 % мемов идут на внимание, а противоречие, факт и стереотипы совсем не встречаются.

Следующим рассмотрим отношения между мужчиной и женщиной. В этих отношениях основной детерминантой их характера, встречающейся почти в половине мемов (в 42 %), является Библия. Интересным примером этой причины является мем, показывающий, как влюбленные делают друг другу библейские комплименты: ты похожа на кобылицу, а ты на оленя. 21 % мемов основывается на возвышении. Любовь, внимание и стереотипы встречаются в 11 % мемов каждая. Оставшиеся 5 % приходятся на факт, а противоречие и недоверие не встречаются.

Последним рассмотрим отношения с атеистами. Здесь главной причиной характера отношений является противоречие. Оно составляет чуть менее трети всех мемов (30 %): например, мем, показывающий критическое мышление атеиста: «Все подвергай сомнению... Кроме эволюции. Это факт». 18 % этих мемов основываются на стереотипах, 15 % на возвышении, 12 % на Библии и факте, 9 % на любви и оставшиеся 3 % на недоверии.

Заключение

По результатам анализа 100 мемов христианской группы ВКонтакте структуру мемов можно условно разделить на три типа: текстовые мемы, мемы-изображения и креолизованные (текст с изображением) мемы. Особой популярностью среди молодежи пользуются последние, так как их составляющие помогают лучше передать эмоции и юмористическое послание. Также было отмечено, что структуру текста мемов можно условно разделить на три типа: диалог (34 %), утверждение (29 %) и подпись, поясняющая, что показано на изображении (24 %). Почти все мемы не представляют никакую деноминацию христиан и являются общехристианскими. Помимо этого, исследование показало, что среди христианской молодежи наиболее популярными являются мемы, посвященные Богу, в которых демонстрируется любовь, и высмеиваются потребительское и пренебрежительное отношение. Для построения мемов было использовано 3 основных приема комичности: сравнение, противопоставление и недопонимание. Эмоциональный окрас мемов с атеистами в основном агрессивный, а характер отношений – негативный. А поскольку Библия и любовь вряд ли могли вызвать негативный характер отношений, по результатам данного исследования можно сделать вывод, что данная позиция основывается в большей степени на противоречии (30 %) и стереотипах (18 %). Помимо этого, в небольшом количестве мемов (12 %), посвященных атеистам, присутствуют забота и уважение. В мемах с отношениями между мужчиной и женщиной высмеивается небрежный и пренебрежительный характер отношений, основывающийся на возвышении одной из сторон, а также демонстрируется большое влияние Библии, поскольку она является причиной возникновения того или иного характера отношений между ними (в 42 % мемов). Во многих мемах, посвященных межхристианским отношениям, проявляются уважение и забота, но также высмеивается высокомерность. Высмеивающий характер мемов показывает, что христианская молодежь осознает наличие проблем в отношениях и желает их решения. Однако это не касается отношений с атеистами, поскольку в этих мемах в

основном высмеиваются не проблемы отношения к ним, а противоречивость атеистов и их отношение к христианам. Также это исследование подтвердило значимость Библии и для нынешнего поколения, так как 26 % всех мемов построены на ее основании.

Список литературы

1. Digital in 2020 // Global Socially-Led Creative Agency – We Are Social. – URL: <https://wearesocial.com/digital-2020> (дата обращения: 11.05.2021).
2. Мельников Д. Н. Квазирелигиозное измерение современных массмедиа // Порталус: Научная цифровая библиотека. – URL: https://portalus.ru/modules/religion/rus_readme.php?subaction=showfull&id=1279804782 (дата обращения: 11.05.2021).
3. Луман Н. Реальность массмедиа. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
4. Ingold T. Back to the Future with Writing and Speech // *Technology and Language*. – 2020. – № 1 (1). – Pp. 37–39. DOI: 10.48417/technolang.2020.01.08.
5. Coeckelbergh M. When Machines Talk: A Brief Analysis of Some Relations between Technology and Language // *Technology and Language*. – 2020. – № 1 (1). – Pp. 28–33. DOI:10.48417/technolang.2020.01.05.
6. Быльева Д. С. Информационно-коммуникативные технологии и религия: от коммуникации к виртуализации // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. – 2018. – Т. 9. – № 1. – С. 63–71. DOI: 10.18721/JHSS.9107.
7. Розин В. М. Мистические и эзотерические учения и практики в средствах массовой информации // *Общественные науки и современность*. – 1997. – № 3. – С. 44–54.
8. Юмор Христианина // ВКонтакте. – URL: <https://vk.com/christianshumor> (дата обращения: 11.05.2021).
9. Куликов Л. В. Психология настроения: – СПб.: СПбГУ, 1997. – 234 с.

References

1. *Digital in 2020*. Available at: <https://wearesocial.com/digital-2020> (accessed 11 May 2021).
2. Melnikov D. N. Quasi-Religious Dimension of Modern Mass Media [*Kvazireligioznoe izmerenie sovremennykh massmedia*]. Available at: http://portalus.ru/modules/religion/rus_readme.php?subaction=showfull&id=1279804782 (accessed 11 May 2021).
3. Luhmann N. The Reality of the Mass Media [*Realnost massmedia*]. Moscow: Praksis, 2005, 256 p.
4. Ingold T. Back to the Future with Writing and Speech. *Technology and Language*, 2020, no. 1 (1), pp. 37–39. DOI: 10.48417/technolang.2020.01.08.
5. Coeckelbergh M. When Machines Talk: A Brief Analysis of Some Relations between Technology and Language. *Technology and Language*, 2020, no. 1 (1), pp. 28–33. DOI: 10.48417/technolang.2020.01.05.
6. Byleva D. S. Information and Communication Technologies and Religion: From Communication to Virtualization [*Informatsionno-kommunikativnye*

tekhnologii i religiya: ot kommunikatsii k virtualizatsii]. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti SPbGPU. Gumanitarnye i obschestvennye nauki* (St. Petersburg State Polytechnical University Journal: Humanities and Social Sciences), 2018, vol. 9, no. 1, pp. 63–71. DOI: 10.18721/JHSS.9107.

7. Rozin V. M. Mystical and Esoteric Teachings and Practices in the Mass media [Misticheskie i ezotericheskie ucheniya i praktiki v sredstvakh massovoy informatsii]. *Obschestvennye nauki i sovremennost* (Social Sciences and Modernity), 1997, no. 3, pp. 44–54.

8. Humor of a Christian [*Yumor Khristianina*]. Available at: <https://vk.com/christianshumor> (accessed 11 May 2021).

9. Kulikov L.V. Psychology of Mood [*Psikhologiya nastroyeniya*]. Saint Petersburg: SPbGU, 1997, 234 p.

УДК 316.62

Трансформация общественного мнения, выраженного через юмор, к использованию сети Интернет*

Зыков Антон Павлович – Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Институт машиностроения, материалов и транспорта, студент, Санкт-Петербург, Россия.

Email: anton-anto@mail.ru

Авторское резюме

Состояние вопроса: В начале XXI века в обществе произошли колоссальные изменения вследствие становления Интернета как общедоступного ресурса. Быстрота технологического прогресса незаметно меняет существующие практики, не оставляя возможности сразу заметить происходящие изменения. Однако сама всемирная сеть хранит в себе следы изменения особенностей взаимодействия людей с нею.

Результаты: В качестве метода исследования использовалась нетнография как способ изучения жизни людей через анализ оставленного в сети контента. Сравнивая то, что казалось смешным в области интернет-использования начиная с 2005 до 2021 года, можно сделать следующие выводы. Люди перестали акцентировать внимание на том, что Интернет занимает много их времени, уменьшилось количество цитат, выражающих «непонимание» того, как функционируют информационно-коммуникативные технологии. Увеличился процент цитат, показывающих ненужность Интернета, а также выражающих мнение о том, что Интернет приносит вред. Также заметно выросло количество цитат, высмеивающих глупость в сети Интернет. Людей стала меньше волновать техническая сторона Интернета. Единственное, что неизменно сохраняет актуальность на протяжении всего исследуемого промежутка времени, – это негодование из-за перебоев подключения к сети.

Область применения результатов: Проведенное на основе анализа статистических данных исследование создает возможность для отслеживания трендов изменения взаимоотношения людей в сети Интернет в зависимости от ее распространения и развития, для анализа психологии поведения людей, а также для работы по составлению норм регуляции взаимоотношений людей в сети.

Выводы: У людей стало меньше вопросов по отношению устройства сети из-за того, что с каждым годом Интернет становится более интуитивно-понятным, а также по причине появления поколений, которые выросли вместе с развивающейся всемирной паутиной. Всё больше людей находят в Интернете вред из-за феномена интернет-троллинга, а также увеличившегося интернет-мошенничества. Однако вместе с этим люди все больше находят и пользу во всемирной паутине, что связано с увеличением простоты подключения, а также увеличением возможностей сети. Таким образом, люди изменяются,

* © Зыков А. П., 2021.

приспосабливаясь к новым технологиям, меняют привычные практики, раскрывают возможности и опасности сети.

Ключевые слова: Интернет; поведение человека в Интернете; отношение к Интернету; юмор в Интернете.

Public Opinion Expressed through Humor on the Internet

Zykov Anton Pavlovich – Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University, Institute of Mechanical Engineering, Materials and Transport, student, Saint Petersburg, Russia.

Email: anton-anto@mail.ru

Abstract

Background: At the beginning of the XXI century, society underwent colossal changes due to the emergence of the Internet as a public resource. The rapidity of technological progress changes existing practices inconspicuously, leaving no opportunity for discernment. The worldwide network itself, however, retains traces of changes in people's interactions with it.

Results: Netnography was used as a method of research, which is a way of studying people's lives through the analysis of content left on the network. Comparing what seemed ridiculous in the field of internet use from 2005 to 2021, the following conclusion can be drawn. People ceased to focus on the fact that the Internet takes up much of their time, reducing the number of quotes expressing a “misunderstanding” of how information and communication technologies operate. The percentage of quotes showing the uselessness of the Internet, as well as expressing the opinion that the Internet is harmful, has increased. The number of quotes ridiculing stupidity on the Internet has grown significantly. People are less concerned about the technical side of the Internet. The only thing that remains relevant throughout the study period is indignation due to network outages.

Implication: The proposed study, based on the analysis of statistical data is an opportunity to track trends in changing the relationships between people on the Internet, depending on its distribution and development, to analyze the psychology of human behavior, and to be able to develop norms for regulating the relationships between people on the network.

Conclusion: People have fewer questions about the structure of the network since every year the Internet becomes more intuitive. Another cause is the emergence of generations that have grown along with the World Wide Web developing. More and more people are finding harm on the Internet due to the phenomenon of Internet trolling, as well as the increased Internet fraud. Apart from it, however, people are finding benefits on the World Wide Web, which is associated with an increased ease of connection, as well as increased network capabilities. Thus, people alter, adapting to new technologies, changing common practices, revealing the possibilities and dangers on the network.

Keywords: Internet; human behavior on the Internet; attitude to the Internet; humor on the Internet.

Предисловие

Технологическое преобразование действительности человеком имеет длинную историю [см.: 1]. А. Ю. Нестеров называет технологию языком мироздания [см.: 2]. Интернет является относительно молодой технологией, тем не менее его влияние на общественную жизнь в разнообразных аспектах сложно переоценить [см.: 3; 4]. Стремительное развитие Интернета до глобальных масштабов и проникновение практически в каждую область деятельности открыло новую эпоху существования человечества. Людям стало доступно широкое пространство для жизненной активности: от проведения личного досуга (музыка, фильмы и т. д.) до удалённой работы или учёбы.

Методы исследования

Нетнография как метод исследования жизни через призму интернет-контента позволяет увидеть наиболее важные элементы бытия современного человека [см.: 5; 6]. В данном исследовании представление об Интернете анализируется через призму историй, которые представлялись смешными в разные периоды времени.

Общее отношение народа к Всемирной сети находило отражение в шуточном характере, что в психологии называется методом «производства шуток» по Фрейдю [см.: 7]. Как отмечают исследователи, авторы шуток «создают» события, выбирая из множества явлений окружающего мира вызывающее наиболее заметную реакцию [см.: 8]. В юморе проявляется нелогичность, некое существующее противоречие [см.: 9].

Для исследования в качестве источника основных данных был взят сайт «Цитатник рунета» [см.: 10], в поиске которого был выставлен фильтр по содержанию в цитате слов: «Интернет», «инет», «всемирная сеть», «всемирная паутина». Всего было найдено 142 цитаты в период с 2005 года по 2021. Для удобства обработки данных все цитаты были перемещены в таблицу программы Microsoft Excel.

Каждая цитата оценивалась по 7 критериям.

1. Каким было отношение к Интернету в данной цитате.
2. Влияние всемирной сети на действующее лицо или автора цитаты.
3. В чем заключался юмор в данной цитате.
4. Количество действующих лиц.
5. Тип обращения к другим пользователям (была ли это история, спор или вопрос, направленный к другим пользователям).
6. Авторство цитаты (пересказывал ли человек чужую историю, делился ли собственным опытом, или это выдуманная ситуация).
7. О каком Интернете идет речь (о физическом или глобальном Интернете).

В таблице 1 приведен пример анализа одной из шуток. По итогам исследования и анализа были получены и визуализированы на диаграммах результаты.

Таблица 1 – Пример разбора цитаты по критериям

Цитата: «<bsh g> не говори, просто я привык ложиться спать када инет кончается под утро....а тут такая подстава, инет бесконечный :))))))))))))))».	
Критерии	Значение критерия
Дата добавления на сайт	23.09.2006
Каким было отношение к Интернету в данной цитате	«Интернет вместо реальной жизни»
Влияние всемирной сети на действующее лицо или автора цитаты	Сильное
В чем заключался юмор в данной цитате	«Интернет затягивает»
Количество действующих лиц	Одно (монолог)
Тип обращения к другим пользователям	История
Авторство цитаты	Собственная история
О каком Интернете идет речь	Глобальный

Далее было необходимо проанализировать, как изменялись все вышеперечисленные критерии с течением времени. Графическое представление данных по критериям «Каким было отношение к Интернету в данной цитате» и «В чем заключался юмор в данной цитате» представлены в виде нескольких диаграмм, разделенных по периодам. Это сделано потому, что было необходимо сравнивать между собой большое количество «подкритериев». Кроме того, такой способ анализа помогает усреднить данные для лучшего отслеживания трендов процентного изменения количества цитат. Анализ других критериев будет построен по данным гистограмм, которые будут показывать процентное отношение цитат по определенному критерию в зависимости от даты (распределение по годам). Также в статистике были объединены цитаты за 2005 и 2006 годы в связи с тем, что за 2005 год нашлось всего лишь 3 цитаты, что очень мало для объективного анализа.

Результаты исследования

На рисунках 1–4 показано, как менялось отношение к сети Интернет с течением времени. Проблемы с недопониманием были основной темой шуток с 2005 по 2016 гг., и только последнее время тема возможного вреда сети стала доминирующей.

- Непонимание
- Интернет приносит пользу
- Интернет приносит вред
- Интернет - это работа
- Интернет как замена реальной жизни
- Интернет - место развлечений

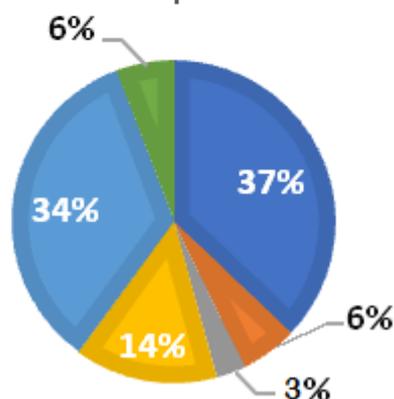


Рисунок 1 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «Каким было отношение к Интернету в данной цитате», за период с 2005 по 2008 годы

- Непонимание
- Интернет приносит пользу
- Интернет приносит вред
- Интернет - это работа
- Интернет как замена реальной жизни
- Интернет - место развлечений

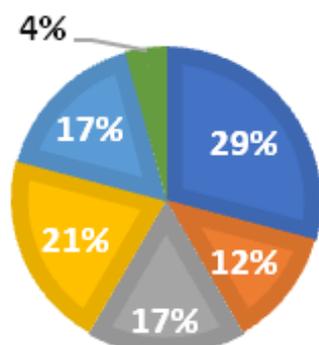


Рисунок 2 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «Каким было отношение к Интернету в данной цитате», за период с 2009 по 2012 годы

- Непонимание
- Интернет приносит пользу
- Интернет приносит вред
- Интернет - это работа
- Интернет как замена реальной жизни
- Интернет - место развлечений

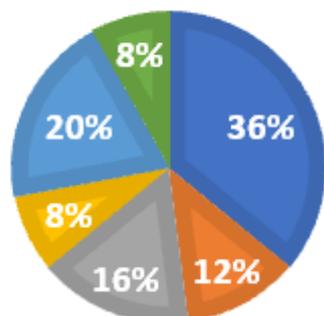


Рисунок 3 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «Каким было отношение к Интернету в данной цитате», за период с 2013 по 2016 годы

- Непонимание
- Интернет приносит пользу
- Интернет приносит вред
- Интернет - это работа
- Интернет как замена реальной жизни
- Интернет - место развлечений

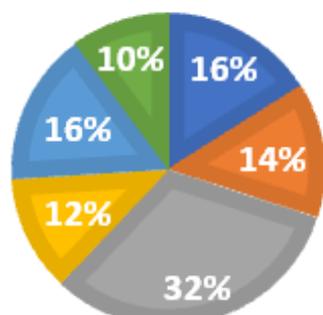


Рисунок 4 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «Каким было отношение к Интернету в данной цитате», за период с 2017 по 2021 годы

Непонимание. Как можно заметить, с течением времени сильно уменьшилось «непонимание» людей во всемирной сети (с 37 % до 16 %), что

может указывать на рост просвещённости пользователей сети Интернет. Такое падение, вероятнее всего, связано с тем, что уровень распространения и доступности сети постоянно растёт, сейчас практически каждый мобильный телефон обладает возможностью выхода во всемирную паутину, ко всему прочему Интернет становится все более интуитивно-понятным. Также стоит добавить, что в настоящее время активными пользователями сети Интернет становятся люди, которые «выросли» вместе с этой сетью. По данным РБК доля пользователей всемирной сети в возрасте от 12 до 24 лет самая большая по сравнению с другими возрастными категориями в России – 97, 1% [см.: 11].

Для сравнения возьмем две цитаты, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Сравнительный анализ цитат по критерию «Непонимание»

	Цитата 1	Цитата 2
Текст цитаты	«1> а что такое скайп? 2> телефон по инету 1> у меня инет по телефону, зачем мне телефон по инету?»	тот случай, когда для пользователя интернет - это ярлык на рабочем столе: - мне тут сказали у вас интернета нет. - интернет есть, только он не работает - в каком смысле? тормозит? - нет, я на рабочем столе открываю интернет, а он не работает, пишет ошибку, сейчас прочитаю "Превышено время ожидания ответа от сайта" - т.е. все-таки интернета нет... - да есть интернет! он просто не работает. - я понял! понял!
Дата	15.01.2007	19.04.2016

Если в первой цитате (таблица 2) «непонимание» можно выразить через вопрос: «Зачем мне это нужно?», то во второй цитате таким вопросом будет являться «Как этим пользоваться?» или «Почему оно работает не так?». Можно найти еще несколько подобных примеров в отобранных цитатах, а значит, можно сделать вывод о том, что с течением времени значение самого критерия поменяло смысл. Сама система Интернет очень сложно устроена и усложняется каждый год: разрабатываются новые протоколы, изменяются различные кодировки, усложняется архитектура, а значит, человеку, далекому от Интернета, скорее всего будет тяжело его постигать, особенно если возникают какие-либо проблемы.

Интернет приносит пользу. Заметен стабильный рост количества цитат, связанных с критерием «Интернет приносит пользу» – с 6 % до 14 %, что, вероятнее всего, объясняется стремительным развитием всемирной сети,

каждый месяц появляются десятки новых сайтов с различной информацией, которая может быть полезна для множества людей. По данным сайта «SDStudio» в 2020 году было зарегистрировано 370,1 миллиона новых доменов [см.: 12].

Одна из ярких цитат, подтверждающая данное высказывание: «(16:51:41) <JamesON> холодильник как инет, каждый раз нахожу че нить новенькое».

Интернет приносит вред. Вместе с этим выросло количество цитат по полностью противоположному критерию: «Интернет приносит вред», что может быть другой гранью причины, описанной выше. Из-за стремительного развития порой трудно найти действительно нужную людям информацию, также заметен сильный рост мошенников в сети, которые могут навредить людям как физически или морально, так и финансово, вымогая деньги. Данный тезис подтверждается в статье сайта РБК [см.: 13]. Яркой цитатой, описывающей происходящее, может служить: «xxx: В интернете человек человеку тролль».

Интернет – это работа. Незначительно уменьшилось количество цитат, связанных с критерием «Интернет – это работа» (с 14 % до 12 %), что указывает на легкое снижение заинтересованности людей в данном вопросе. Практически все цитаты, относящиеся к данному критерию, затрагивали в основном техническую сторону самого Интернета, например:

«<Pirates> бровь дергается

<Sanya> у меня анус вчера дергался, когда инет упал а я потерял ключи от серверной...»

Остальные же цитаты связаны с работой в интернет-провайдинге. Таким образом, вероятнее всего, в качестве работы, связанной с Интернетом, людей более всего волнует наличие стабильного подключения к самой сети.

Интернет как замена реальной жизни. Заметно снижение количества цитат, связанных с критерием «Интернет как замена реальной жизни» (с 34 % до 16 %), что, вероятно, связано с более сознательным разграничением сети Интернет и реальной жизни. Однако по данным сайта «web-sapare» по состоянию на 2020 год россияне в среднем проводят в Интернете 7 часов 17 минут ежедневно [см.: 14]. Статистика за 2018 год говорит, что россияне проводили в сети в среднем 6,5 часов в сутки [см.: 15]. Такое расхождение в данных статистики с данными, полученными из цитат, вероятнее всего, связано с тем, что люди перестали замечать свое время, проведенное в Интернете, или же их просто перестало это волновать. Ведь статистика с сайта – это сухие цифры, а в цитатах люди пишут то, что их волнует, либо то, чем они хотят поделиться. Ярким примером может служить цитата:

«bad_girl: инет-анлим лучше. у меня 826 каналов.

bad_girl: много образовательных.

bad_girl: однажды, например, всю ночь смотрела передачу о пользе здорового сна...».

В подобных цитатах может доходить даже до абсурда, как в этом примере. Человек всю ночь смотрел передачу про здоровый сон вместо реального сна, что говорит о серьезной зависимости от сети Интернет.

Интернет – место развлечений. Выросло количество цитат по критерию «Интернет – место развлечений» (с 6 % до 10 %), что, вероятнее всего, связано с ростом аудитории различных стриминговых сервисов и платформ для просмотра развлекательного контента, а также с ростом популярности онлайн-игр, но все равно этот критерий остается на довольно низком уровне. Цитата «*"Учись, студент!" с сказала мать, покупая мне оптоволоконный инет с анлимом. Наивная...*» является одним из ярких примеров по данному критерию. Из данной цитаты следует, что студент, которому был куплен безлимитный высокоскоростной Интернет, предпочтет использовать его, вероятнее всего, ради развлечений, а не учебы. Важно отметить, что главным героем цитаты является именно студент (молодой человек). Основываясь на этой и еще нескольких подобных цитатах, в которых главным персонажем является человек более молодой, можно сделать вывод о том, что развлечения через Интернет предпочитают по большей части люди именно молодого поколения.

На рисунках 5–8 приведены данные о том, на чем строился юмор об Интернете. Если в 2005–2008 годах людей смешила способность Интернета затягивать, то позже доминирующей становится высмеивание глупости.



Рисунок 5 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «В чем заключался юмор в данной цитате», за период с 2005 по 2008 года

- Глупость в интернете
- интернет затягивает
- Интернет не нужен
- Профессиональный юмор

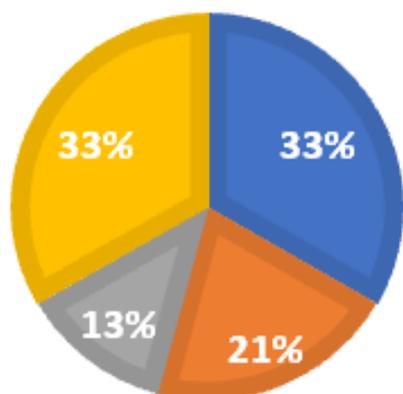


Рисунок 6 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «В чем заключался юмор в данной цитате», за период с 2009 по 2012 года

- Глупость в интернете
- интернет затягивает
- Интернет не нужен
- Профессиональный юмор

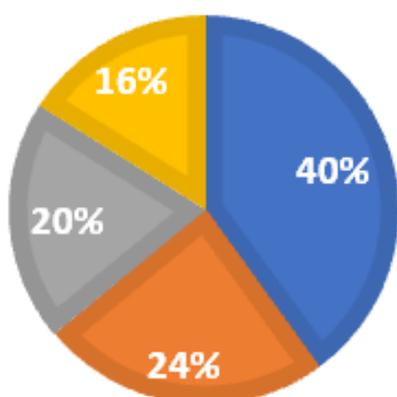


Рисунок 7 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «В чем заключался юмор в данной цитате», за период с 2013 по 2016 года

- Глупость в интернете
- интернет затягивает
- Интернет не нужен
- Профессиональный юмор

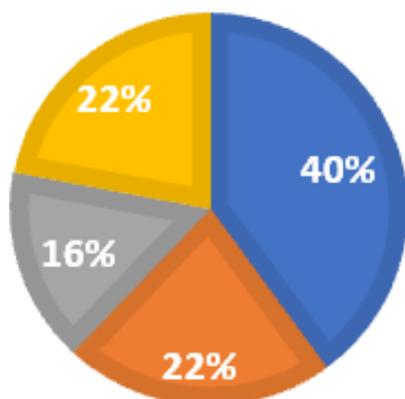


Рисунок 8 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «В чем заключался юмор в данной цитате», за период с 2017 по 2021 года

Глупость в Интернете. При анализе рисунков 5–8 видно, что с годами увеличилось количество цитат, высмеивающих глупость в Интернете (с 28 % до 40 %). Одной из ярких цитат по этому критерию является:

«chip: и вправду, труд сделал из обезьяны человека, а интернет сделал из человека обезьяну:»

jasly: Интересно, а если труд в Интернете происходит... это же, получается, постоянная смена агрегатного состояния.»

Данное повышение объема цитат, вероятнее всего, связано с ленью мышления, которое возникает при длительном взаимодействии с Интернетом, человек начинает принимать на веру любой сказанный факт без проверки, отсюда и возникают у людей споры и конфликты. Этот феномен подробно расписан в интервью с психотерапевтом Андреем Курпатовым на новостном сайте «Life» [см.: 16].

Интернет не нужен. Возросло количество шуток, связанных с «ненужностью Интернета» (с 3 % до 16 %). Это говорит о том, что в Интернете все трудней становится найти действительно необходимую информацию среди множества «информационного мусора». Яркой цитатой, подтверждающей данное высказывание, является: *«<^> Детям нельзя в интернет. От детей интернет тупеет.»*

Профессиональный юмор. Заметно упало количество цитат, связанных с критериями «Профессиональный юмор» (с 30 % до 22 %), что подтверждает данные, описанные выше в критерии «Каким было отношение к Интернету». Если люди начинают меньше о чем-либо шутить или что-либо обсуждать, то, вероятнее всего, эта проблема начинает меньше их волновать.

Интернет затягивает. Объем цитат по критерию «Интернет затягивает» заметно упал (с 39 % до 22 %). Данное падение подтверждает слова, сказанные выше в критерии «Каким было отношение к Интернету», однако стоит заметить, что количество шуток, связанных с критерием «Интернет затягивает», все равно остается на довольно высоком уровне. Вероятнее всего это связано с тем, что в большинстве приведенных цитат речь идет больше о сожалении, когда Интернет не работает. Таким образом, люди, предположительно, не чувствуют свое времяпрепровождение в сети, но начинают замечать это время, когда перестают иметь доступ к Интернету. Яркой цитатой, подтверждающей слова, является:

«xxx: Билайн упал, телик не работал, инет сдох, пошла и с горя испекла торт.

xxx: Домашние решили что пусть его не работает :)».

Столь высокое значение полученных цифр может иметь место также из-за большой важности процесса глобализации Интернета, он буквально проник во все сферы жизни общества и человека. Соответственно, каждый может найти для себя нечто интересное, а, как правило, когда человек чем-то увлечен, он может не замечать течения времени. Это обосновывается, например, А. М. Мифтахутдиновым в статье «Восприятие течения времени человеком» [см.: 17].

Как можно заметить из гистограммы (рисунок 9), количество цитат, в которых было только одно действующее лицо, практически каждый год составляет подавляющее большинство, в то время как число цитат, в которых было 2 действующих лица, со временем уменьшалось. Цитаты, в которых было более двух действующих лиц, встречаются крайне редко. Данная тенденция говорит нам о том, что, скорее всего, людям в сети Интернет гораздо комфортнее делиться своими мыслями или историями, нежели вступать с кем-либо в открытые споры, несмотря на высокую анонимность в сети. Это может быть связано с высоким уровнем интернет-троллей, которых в сети довольно много, такие люди могут сильно ударить по самооценке человека. Данный тезис подтверждается в статье «Коммуникативные аспекты информационного пространства» Ю. А. Агуреевой. [см.: 18].

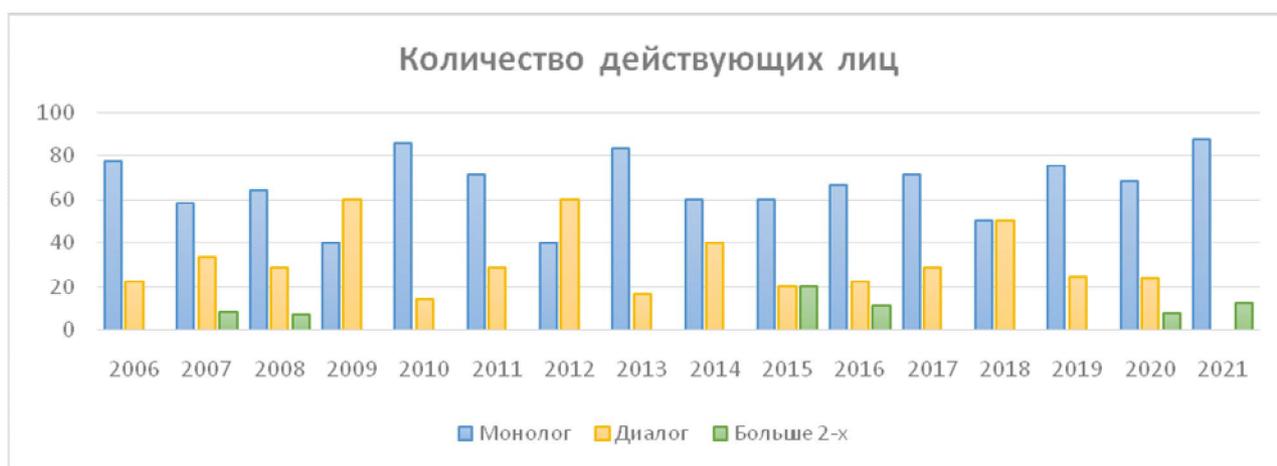


Рисунок 9 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «Количество действующих лиц», за период с 2006 по 2021 года

По данным гистограммы (рисунок 10), невозможно отследить какого-либо четкого тренда изменения процентного содержания цитат по какому-нибудь из критериев. Их процентное содержание относительно друг друга на протяжении всего отсчетного периода остается приблизительно на одинаковом уровне, что можно трактовать как «шум», соответственно, здесь нет объективных данных для анализа.



Рисунок 10 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «Тип обращения к другим пользователям», за период с 2006 по 2021 года

По данным «Авторство цитаты», представленным на гистограмме (рисунок 11), как и в предыдущем случае, данные по всем критериям остаются примерно на одинаковом уровне относительно друг друга, однако можно заметить, что ближе к 2021 году все три критерия выравниваются между собой по значениям, аналогично данным за 2006 год, что говорит нам о том, что количество цитат по данным «Автор – участник» больше не выделяется из всех остальных цитат, а значит, вероятнее всего, люди теперь не придают такого большого значения авторству цитаты как таковому. Один из примеров цитат соответствующей критерию «Выдуманная история»: *«yasviridov: Когда из*

интернета можно будет скачать пельмени, вот тогда и поговорим об интернет-зависимости. А пока это – чушь и миф.»



Рисунок 11 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «Авторство цитаты», за период с 2006 по 2021 года

Из следующей гистограммы (рисунок 12) видно, что влияние Интернета на человека постоянно менялось, оно не привязано к чему-либо. Таким образом, данный критерий очень субъективный для оценки. Соответственно, нельзя получить объективных данных. Примером сильного влияния сети Интернет может служить цитата:

«xxx: Йопт, у меня там картошко жарилцо.

ууу: Инет и без еды может оставить...

xxx: всё нормально, я газ забыл включить.»

В этой цитате явно проявляется сильное влияние сети Интернет на человека: один из участников диалога настолько сильно ушел в сеть, что забыл про еду, стоящую на плите, и даже больше: он забыл включить саму плиту. Примером слабого влияния сети Интернет на человека может служить цитата:

«xxx: А я вчера интернет прочитала!!

ууу: Что?! Как так? У тебя ж дома вообще нет интернета!

xxx: Нет?

xxx: ...а ты мне вчера что на флешку скидывал??»

В данной цитате слабое влияние сети Интернет на человека связано по большей мере с тем, что человек изначально далек от сети и не имеет точного представления, что такое Интернет, что напрямую связано с критерием «непонимание». Остальные же цитаты были отнесены к критерию «среднее влияние (нейтральное)», примером чего служит цитата:

«Новость: “ООН признало доступ в интернет базовым правом человека”

Ogre: Но люди без интернета об этом так и не узнали...»



Рисунок 12 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «Влияние Интернета на человека», за период с 2006 по 2021 года

По данным последней гистограммы (рисунок 13) видно, что с течением времени людей все меньше и меньше волнует физическая составляющая Интернета (оранжевый цвет на гистограмме), а ближе к 2021 году таких цитат практически нет. Примером цитаты, относящейся к физическому Интернету, может служить:

«AlaraKS: Вчера понял смысл фразы “упал инет”. 3г Модем очень сильно греется, повесил его за окно (там -35), чтобы не перегревался. А он, сука, упал с 5го этажа. И теперь я мегаадмин.

AlaraKS: Я поднял инет из сургоба обратно на 5 этаж.»

Люди становятся более сосредоточенными на глобальном Интернете (серый цвет на гистограмме), что, вероятнее всего, связано с упрощением с каждым годом процесса подключения к всемирной сети: тарифы постоянно становятся всё более лояльными к пользователям, что привело к тому, что сейчас у большинства людей есть в кармане сотовый телефон с возможностью выхода в Интернет. Примером отношения цитаты к «глобальной сети» может служить:

«Ответы. мейл.ру.

Вопрос: Как отучить кошку ходить в туалет не в туалет?

Ответ: Как научить вас писать в интернет не в интернет?».



Рисунок 13 – Процентное соотношение числа цитат, разобранных по критерию «О каком Интернете идет речь», за период с 2006 по 2021 года

По итогам исследований были выявлены главные тенденции в изменении отношения к Интернету с течением времени. Непонимание людьми механизмов работы сети уменьшилось, их стала меньше волновать техническая сторона Интернета. Однако в то же время увеличилось количество шуток по отношению к глупости в Интернете. Также люди перестали акцентировать внимание на том, что Интернет занимает много их времени. Увеличился процент цитат, показывающих ненужность Интернета. Люди стали чаще писать о том, что Интернет приносит вред.

Список литературы

1. Nordmann A. The Grammar of Things // *Technology and Language*. – 2020. – № 1(1). – Pp. 85–90. DOI:<https://doi.org/10.48417/technolang.2020.01.18>.
2. Nesterov A. Technology as Semiosis // *Technology and Language*. – 2020. – № 1(1). – Pp. 71–80. DOI:<https://doi.org/10.48417/technolang.2020.01.16>.
3. Aronin L., Hornsby M., Kiliańska-Przybyło G. (Eds.) *The Material Culture of Multilingualism*. – Cham: Springer, 2018. – 211 p. DOI: 10.1007/978-3-319-91104-5.
4. Ingold T. Back to the Future with Writing and Speech // *Technology and Language*. – 2020. – № 1(1). – Pp. 37–39. DOI: <https://doi.org/10.48417/technolang.2020.01.08>.
5. Быльева Д. С. Исследование жизни человека в сети: нетнография, виртуальная этнография и другие методы // *Социальная реальность виртуального пространства: Материалы II Международной научно-практической конференции*. – Иркутск: ИГУ, 2020. – С. 135–140.
6. Kozinets R. V. *Netnography* // *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*. – Hoboken, New Jersey: Wiley-Blackwell, 2015. – Pp. 1–8.
7. Фрейд З. Юмор (1927) // Проект «Весь Фрейд». – URL: <http://freudproject.ru/?p=762> (дата обращения 26.04.2021).
8. Радченко Д. А., Архипова А. С., Белянин С. В., Гаврилова М. В.,

Козлова И. В., Кирзюк А. А. Анекдот-территория (не)согласия: рейтинг общественного внимания 2018 года // Фольклор и антропология города. – 2019. – Т. 2. – № 1–2. – С. 316–327.

9. Зулпукаров К. З., Сабиралиева З. М. О когнитивно-языковой сущности юмора и способах его создания // Мир науки, культуры, образования. – 2020. – № 85(6). – С. 599–605.

10. Цитатник рунета // Bash. – URL: <https://bash.im/> (дата обращения 26.04.2021).

11. Доля пользователей интернета в России среди молодежи приблизилась к 100% // РБК. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/12/01/2021/5ffde01e9a79478eb5230426 (дата обращения 26.04.2021).

12. 107 Интернет-статистика 2020 | Окончательный список фактов и тенденций // SDStudio. – URL : https://techblog.sdstudio.top/107-internet-statistika-2020-okonchatelnyj-spisok-faktov-i-tendencij/#49_3701_milliona_obsee_kolicestvo_domennyh_imen_v_mire_v_2020_godu (дата обращения 26.04.2021).

13. Число дел о мошенничестве рекордно выросло на фоне пандемии // РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/society/31/08/2020/5f48ea169a79477e21e25d9d> (дата обращения 26.04.2021).

14. Вся статистика Интернета на 2020 год – цифры и тренды в мире и в России // WEB-CANAPE. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/> (дата обращения 26.04.2021).

15. Интернет 2017–2018 в мире и в России: статистика и тренды // WEB-CANAPE. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (дата обращения 26.04.2021).

16. Война за головы. Психотерапевт о том, как люди тупеют с развитием технологий // Life. – URL: <https://life.ru/p/901562> (дата обращения 26.04.2021).

17. Мифтахутдинова А. М. Восприятие течения времени человеком // Новый взгляд. Международный научный вестник. – 2015. – № 9. – С. 217–224.

18. Агуреева Ю. А. Кто такие интернет-тролли? // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 1(23). – С. 181–185.

References

1. Nordmann A. The Grammar of Things. *Technology and Language*, 2020, no. 1(1), pp. 85–90. DOI: <https://doi.org/10.48417/technolang.2020.01.18>.

2. Nesterov A. Technology as Semiosis. *Technology and Language*, 2020, no. 1(1), pp. 71–80. DOI: <https://doi.org/10.48417/technolang.2020.01.16>.

3. Aronin L., Hornsby M., Kiliańska-Przybyło G. (Eds.) *The Material Culture of Multilingualism*. Cham: Springer, 2018, 211 p. DOI: 10.1007/978-3-319-91104-5.

4. Ingold T. Back to the Future with Writing and Speech. *Technology and Language*, 2020, no. 1(1), pp. 37–39. DOI: <https://doi.org/10.48417/technolang.2020.01.08>.

5. Byleva D. S. The Study of Human Life in the Network: Netnography, Virtual Ethnography and Other Methods [Issledovanie zhizni cheloveka v seti:

netnografiya, virtualnaya etnografiya i drugie metody]. *Sotsialnaya realnost virtualnogo prostranstva: Materialy II Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* (Social Reality of Virtual Space: Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference). Irkutsk: IGU, 2020, pp. 135–140.

6. Kozinets R. V. Netnography. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*. Hoboken, New Jersey: Wiley-Blackwell, 2015, pp. 1–8.

7. Freud Z. *Humor* (1927). Available at: <http://freudproject.ru/?p=762> (accessed 26 April 2021).

8. Radchenko D. A., Arkhipova A. S., Belyanin S. V., Gavrilova M. V., Kozlova I. V., Kirzyuk A. A. Anecdote-Territory (not) of Consent: Rating of Public Attention in 2018 [Anekdot-territoriya (ne)soglasiya: reyting obschestvennogo vnimaniya 2018 goda]. *Folklor i antropologiya goroda* (Urban Folklore and Anthropology), 2019, vol. 2, no. 1–2, pp. 316–327.

9. Zulpukarov K. Z., Sabiralieva Z. M. On the Cognitive-Language Basics of Humor and Ways of Its Creation [O kognitivno-yazykovoy suschnosti yumora i sposobakh ego sozdaniya]. *Mir nauki, kultury, obrazovaniya* (The World of Science, Culture and Education), 2020, no. 85(6), pp. 599–605.

10. Quotation Book of Runet [*Tsitatnik runeta*]. Available at: <https://bash.im/> (accessed 26 April 2021).

11. The Share of Internet Users in Russia among Young People Is Close to 100% [*Dolya polzovateley interneta v Rossii sredi molodezhi priblizilas k 100%*]. Available at: https://www.rbc.ru/technology_and_media/12/01/2021/5ffde01e9a79478eb5230426 (accessed 26 April 2021).

12. 107 Internet Statistics 2020. The Final List of Facts and Trends [*107 Internet-statistika 2020. Okonchatelnyy spisok faktov i tendentsiy*]. Available at: https://techblog.sdstudio.top/107-internet-statistika-2020-okonchatelnyj-spisok-faktov-i-tendencij/#49_3701_milliona_obsee_kolicestvo_domennyh_imen_v_mire_v_2020_godu (accessed 26 April 2021).

13. The Number of Fraud Cases Has Increased Record-Breaking amid the Pandemic [*Chislo del o moshennichestve rekordno vyroslo na fone pandemii*]. Available at: <https://www.rbc.ru/society/31/08/2020/5f48ea169a79477e21e25d9d> (accessed 26 April 2021).

14. All Internet Statistics for 2020 – Figures and Trends in the World and in Russia [*Vsya statistika Interneta na 2020 god – tsifry i trendy v mire i v Rossii*]. Available at: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/> (accessed 26 April 2021).

15. Internet 2017–2018 in the World and in Russia: Statistics and Trends [*Internet 2017–2018 v mire i v Rossii: statistika i trendy*]. Available at: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (accessed 26 April 2021).

16. A War for Heads. Psychotherapist on How People Are Getting Dumber with the Development of Technology [*Voyna za golovy. Psikhoterapevt o tom, kak lyudi tupeyut s razvitiem tekhnologii*]. Available at: <https://life.ru/p/901562> (accessed 26 April 2021).

26 April 2021).

17. Miftakhutdinova A. M. Perception of the Passage of Time by a Person [Vospriyatie techeniya vremeni chelovekom]. *Novyy vzglyad. Mezhdunarodnyy nauchnyy vestnik* (New View. International Scientific Bulletin), 2014, no. 2, pp. 217–224.

18. Agureeva Yu. A. Who Are the «Internet-Trolls?» [Kto takie internet-trolli?]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* (Sign: Problematic Field of Media Education), 2017, no. 1(23), pp. 181–185.

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ

УДК 94(47.23-25):323.15+654.195

Радио для национальных меньшинств Ленинграда и Ленинградской области (1920–1930-е гг.)*

Смирнова Тамара Михайловна – Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, кафедра истории и философии, профессор, доктор исторических наук, профессор, Санкт-Петербург, Россия.

Email: mokva@inbox.ru
SPIN: 7691-2890

Аннотация

Состояние вопроса: Радио как средство массовой информации на родном языке для национальных меньшинств Ленинграда и Ленинградской области практически не изучено. Становление радиовещания для названных групп населения в 1920–1930-е гг. представляет научный интерес и актуально в современных условиях, поскольку регион сохраняет, а в чем-то и усиливает свою полиэтничность и поликультурность.

Результаты: Радио как новый вид СМИ входило в обиход с середины 1920-х гг., а с 1929 г. в регионе начинается радиовещание на нескольких языках национальных меньшинств. Первыми в эфир вышли передачи на финском языке, которые заняли постоянное место в сетке радиовещания в форме радиожурнала «Советская Карелия», а впоследствии – и в разных других тематических передачах. В 1933 г. последовали передачи на латышском и эстонском языках, с 1936 г. – на латгальском языке. Для временного контингента – татар, занятых на различных стройках области – изредка звучали передачи на татарском языке. Значительное место в сетке вещания занимали передачи на немецком языке и искусственном языке эсперанто, рассчитанные на заграничную аудиторию и частично – на иностранных специалистов в Ленинграде. В 1932 г. по радио шли также передачи на английском языке.

В 1934 г. иноязычное вещание на Ленинградском радио было выделено в отдельный сектор вещания на иностранных языках (Иносектор), программа национальных редакций включалась в общую программу передач ленинградского Радиокomiteта. Длительность иновещания в месяц выросла с 7,5 часов в 1929 г. (только на финском языке) до 45 часов (8 % от всего объема собственного вещания) на финском, латышском, эстонском, латгальском и немецком языках – к осени 1937 г. Но осенью 1937 г. национальное радиовещание в Ленинграде было прекращено, а многие работники национальных редакций репрессированы.

* © Смирнова Т. М., 2021.

Исследование основано преимущественно на архивных материалах, вводимых в научный оборот впервые.

Выводы: Радиовещание на иностранных/национальных языках в Ленинграде и Ленинградской области в 1920–1930-е гг. было эффективным средством информации, пропаганды и агитации, рассчитанным в первую очередь на постоянное население национальных меньшинств региона (финнов, латышей, латгальцев, эстонцев) и способствовавшим сохранению и в определенной мере развитию их культуры. Прекращение деятельности национальных радиоредакций находилось в общем русле кардинально изменившейся советской национальной политики.

Ключевые слова: радио; радиовещание; Ленинград; Ленинградская область; национальные меньшинства; радиокомитет; сектор вещания на иностранных языках (иносектор); национальные радиоредакции.

Radio for National Minorities in Leningrad and the Leningrad Region (1920s – 1930s)

Smirnova Tamara Mikhailovna – Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, Department of History and Philosophy, Professor, Doctor of Letters, Professor, Saint Petersburg, Russia.

Email: mokva@inbox.ru

Abstract

Background: Radio as mass media in the native language for the national minorities in Leningrad and the Leningrad Region has not been studied in detail. The advent of radio broadcasting for these groups of the population in the 1920s – 1930s is of scientific interest and is relevant in contemporary conditions, since the region retains, and in some ways strengthens its polyethnicity and multiculturalism.

Results: Radio as a new type of mass media came into use in the mid-1920s, and in 1929 radio broadcasting in several languages of national minorities began in the region. Finnish programs aired first. They took a permanent place in the radio broadcasting network in the form of the radio magazine “Sovetskaya Karelia”, and subsequently in various other thematic programs. In 1933, broadcasts in Latvian and Estonian followed, and in 1936 in Latgalian. For the temporary contingent, for example, Tatars employed at various construction sites in the region, programs in the Tatar language were occasionally transmitted. Programs in German and the artificial Esperanto language intended for a foreign audience and foreign specialists in Leningrad, in particular, occupied a significant place in the broadcasting network. In 1932, there was radio broadcasting in English.

In 1934, foreign language broadcasting on the Leningrad radio became a separate foreign languages broadcasting sector (Inosektor), the program of the national editorial offices was included in the general program of the Leningrad Radio Committee. The duration of foreign broadcasting per month increased from 7.5 hours in 1929 (only in Finnish) to 45 hours (8 % of the total volume of broadcasting) in

Finnish, Latvian, Estonian, Latgalian and German by the fall of 1937. In the fall of 1937, national radio broadcasting in Leningrad was discontinued, and many employees of the national editorial offices were repressed.

The research is mainly based on archival materials introduced into scientific circulation for the first time.

Conclusion: Radio broadcasting in foreign/national languages in Leningrad and the Leningrad region in the 1920s – 1930s was an effective means of information, propaganda and agitation, intended primarily for the permanent population of the region's national minorities (Finns, Latvians, Latgalians, Estonians) and contributed to the preservation and, to a certain extent, the development of their culture. The termination of the activities of national radio editorial offices was in the mainstream of the radically changed Soviet nationality policy.

Keywords: radio; broadcasting; Leningrad; Leningrad region; national minorities; radio committee; sector of broadcasting in foreign languages (foreign sector); national radio editorial offices.

Радио входит в жизнь

В октябре 1924 г. начало работать Всесоюзное акционерное общество «Радиопередача». Оно имело право «осуществлять при посредстве радиостанций передачу и прием публичных лекций, докладов, информации, концертов, разного рода сведений, рекламы и коммерческих объявлений» [1]. 23 ноября 1924 г. прозвучал первый выпуск радиогазеты, подготовленной обществом «Радиопередача» совместно с РОСТА.

Новое средство массовой информации было по достоинству оценено руководством страны. «Газета без бумаги и “без расстояний”», как еще в 1920 г. назвал радио В. И. Ленин [2, с. 130], была включена в сферу деятельности агитпропотдела ЦК РКП(б). 13 февраля 1925 г. ЦК РКП(б) принял постановление «О радиоагитации», в котором признал организацию радиоагитации «делом крайне необходимым и важным в качестве нового орудия массовой агитации и пропаганды». Акционерному обществу «Радиопередача» была выдана ссуда для «правильного и быстрейшего развития и удешевления продукции советской радиопромышленности» и для распространения среди широких масс трудящихся радиоприемников на льготных условиях. АО «Радиопередача» ставилась ближайшая задача: установка радиоприемников для массового слушателя, в первую очередь громкоговорителей в рабочих клубах, домах крестьянина и избах-читальнях. Выработка программ докладов, лекций и концертов, а также общее руководство радиогазетой (новостными программами) возлагалось на агитпроп ЦК [см.: 3, с. 9].

В июне того же года новым постановлением ЦК ВКП(б) была создана специальная радиокомиссия ЦК, на которую возлагались уже не только вопросы содержания радиопрограмм, но и все организационные и технические вопросы развития радиовещания [см.: 4, с. 8]. С января 1927 г. непосредственное руководство работой радиостанций было поручено

территориальным партийным комитетам, которые должны были выделять ответственного руководителя радиовещания, отвечающего за «содержание всех передающихся по радио материалов». Планы и программы всех радиопередач подлежали обязательному и предварительному просмотру [см.: 5, с. 523–524].

В июле 1928 г. радиовещание в СССР становится государственным и переходит из ведения АО «Радиопередача» в Народный комиссариат почт и телеграфов, при котором создается Всесоюзный комитет радиовещания. В 1933 г. этот комитет был преобразован во Всесоюзный комитет по радиофикации и радиовещанию при СНК СССР [см.: 6, с. 610].

Массовое радиовещание в Ленинграде начинается уже с декабря 1924 г., когда было создано Северо-Западное отделение АО «Радиопередача». В 1928 г. в Ленинграде вступил в действие государственный широкоэвещательный радиоузел – радиостанция РВ-3. Через два года был создан Ленинградский радиоцентр Северо-Западного управления связи, преобразованный в 1931 г. в Ленинградский областной комитет по радиофикации и радиовещанию (Ленрадиокомитет) при Леноблисполкоме, а технические средства городской радиотрансляционной сети с 1933 г. находились в ведении образованной в 1933 г. Ленинградской радиодирекции [см.: 7, с. 83].

На кого же вещали радиоцентр и радиокомитет? В 1928 г. в Ленинграде и области насчитывалось 62 530 радиоустановок, из них 2,2 % в деревне, а всего через год количество радиоустановок выросло почти в два раза и достигло 132 814 единиц, из которых 6,5 % было в деревне. На 1 января 1930 г. в Ленинградской области было уже 214 200 радиоприемников, абсолютное большинство которых – 179 200 штук (89 %) – было, естественно, в Ленинграде. Таким образом, на тысячу жителей в Ленинградской области приходилось в среднем 20 радиоприемников, а в Ленинграде – 88 [см.: 8, с. 94].

В 1931 г. в области работало уже более 60 радиоузлов, а в Ленинграде – около 40 [см.: 9, с. 1]. В 1932 г. вступает в строй новая радиостанция, и Ленинград начинает вести передачи с двух станций – РВ-53 им. Кирова (длина волны 1107 м) и РВ-70 им. Ленсовета (длина волны 288,6 м). Действовала также городская радиотрансляционная сеть, оборудовались трансляционные узлы и в области.

Однако радиофикация области тормозилась нехваткой материалов и нестыковками в снабжении ими со стороны Ленснаба, отсутствием необходимых специалистов, сложностями в финансировании из средств кооперативного Облколхозсоюза и районных исполкомов – факты такого рода приводятся в 1932 г. в представленной в обком ВКП(б) справке о радиофикации национальных районов и сельских местностей Ленинградской области [см.: ЦГАИПД СПб, Ф. 24, Оп. 10, Д. 16, Л. 122–122 об., 125–126]. К 1933 г. в национальных и национально-смешанных районах Ленинградской области (их насчитывалось соответственно 4 и 25) было оборудовано 9 трансляционных узлов, 1984 трансляционные точки и 105 – эфирных [см.: там же, Л. 93]. Трансляционная сеть преваляровала, поскольку значительная часть национальных меньшинств проживала в погранполосе, вблизи государственной границы с Финляндией и Эстонией, но эфирные радиоточки были значительно

дешевле, они устанавливались в основном в колхозах [см.: там же, Л. 135]. В данном случае речь идет о приемниках общественного пользования, находившихся в красных уголках, избах-читальнях, клубах, правлениях колхозов, передачи по которым контролировались.

Уже в 1929 г. в 18 % эстонских красных уголков в Ленинградской области имелись радиоприемники [см.: 10, с. 44]. В Куйвозовском национальном районе в 1932 г. насчитывалось 60 радиоприемников общественного пользования [см.: ЦГАИПД СПб, Ф. 24, Оп. 10, Д. 85, Л. 26]. К сожалению, далеко не все точки работали – функционировала едва половина. Так, в отчете о работе финского радиожурнала «Советская Карелия» приводилась пессимистическая оценка доступности национального радиовещания на местах: «Не меньше как 50 % из радиоприемников в нацмен коммунах и колхозах бездействуют из-за неумения пользоваться приемником и из-за трудностей в доставке радиоматериалов» [там же, Д. 16, Л. 135]. В отчете о политпросветработе среди национальных меньшинств Ленинградской области в 1932 г. отмечалось, что радио работает «крайне неудовлетворительно», в частности, из 19 обследованных изб-читален (всего в области их насчитывалось 113 для разных национальностей) громкоговорители имелись в 13-ти, но «9 найдено в неисправном состоянии» [там же, Л. 17]. Даже в 1937 г. в финском Пудостском сельсовете Красногвардейского (Гатчинского) района на 20 колхозов приходилось всего 7 детекторных радиоустановок, а громкоговорителей не было вовсе [см.: там же, Оп. 8, Д. 451, Л. 23].

У части населения были личные радиоприемники, что являлось предметом тревоги для советских и партийных органов, так как по этим, хотя и учтенным, приемникам можно было «поймать» «чужие» передачи – из Финляндии, Эстонии, Латвии. В 1933 г. обком ВКП(б) утвердил «Схему вопросов проверки культурно-политической работы среди нацменов», п. 7-й которой касался радиовещания и кинофикации: «Случаи использования радио для антисоветской агитации и борьба с приемом богослужений и других антисоветских передач заграничных станций» [там же, Оп. 10, Д. 85, Л. 4]. И нередко выявлялась неблагоприятная для властей картина: так, во Мгинском национально-смешанном районе (с большим количеством финского населения) на март 1933 г., по сведениям Радиокomiteта, имелось 752 радиоточки и 3 радиоузла, но проверка обкома ВКП(б) показала, что работал из них только один узел, причем транслируя лишь ленинградские передачи, а в Марковском финском сельсовете вообще ни одна трансляционная точка не действовала. В то же время в этом сельсовете работало много приемников, находившихся «в руках сектантов» (в данном случае речь идет о христианах неправославного толка – протестантах разных деноминаций): в дер. Кимгази на 43 двора «сектанты» имели один ламповый и 8 детекторных приемников, в дер. Пуштока (22 двора) – по одному ламповому и детекторному приемникам, и жители могли слушать «богослужения и контрреволюционную агитацию из Финляндии», в то время как «ни один наш приемник не работает» [там же, Д. 16, Л. 93].

Во второй половине 1930-х гг. радиоприемники у «социально чуждых элементов» изымались, а населенные пункты радиофицировались в основном «по проводам». Всего к 1938 г. по Ленинградской области было 315 тысяч радиотрансляционных и 152 тысячи эфирных точек, но сельские районы были все же слабо радиофицированы [см.: там же, Оп. 2-2, Д. 2135, Л. 16].

Техническая база Ленинградского радио позволяла уже с конца 1920-х гг. вести регулярное многочасовое вещание: 1929 г. – 392 часа ежемесячного вещания, 1930 г. – 595, 1932 г. – 613, 1937 г. – почти 1270 часов, из них 500 часов – собственное вещание радиокomiteта, 100 часов – трансляция (в основном из Москвы), а остальное – фабрично-заводское и районное (по области) вещание [см.: 11, с. 83, 89].

Тематика и адресная аудитория, 1929–1931

С ноября 1929 г. начинается регулярная публикация радиопрограмм Ленинградского радио. В сетке передач к этому времени нашли свое постоянное место передачи на искусственном языке эсперанто. Вещание на эсперанто было связано с надеждами на мировую революцию, и характер передач им соответствовал: кроме курсов эсперанто, звучали пропагандистские обзоры и подборки «Труд и жизненный уровень трудящихся СССР в 1929–30 году», «Народное хозяйство СССР 1929–30 г.», «Наше знамя – ленинизм», празднование 12-й годовщины Октябрьской революции, контрольные цифры развития хозяйства Ленинграда и области и т. п. В дальнейшем передачи на эсперанто, в основном «Бюллетень эсперанто», шли только в ночные часы (обычное время передач 00:05–00:30), в среднем 2–3 раза в неделю.

Еще в августе 1927 г. на Первой сессии Центросовнацмена [Центрального Совета по просвещению национальностей нерусского языка] констатировалось «отсутствие радиовещания на языках нацменьшинств (в центре и на местах)» [12, с. 219]. На ленинградском радио начало такому вещанию положили передачи на финском языке – они транслировались с ноября 1929 г. вплоть до осени 1937 г. По воскресеньям, в первой половине дня, выходил радиожурнал «Советская Карелия» с постоянными рубриками – для крестьян и для рабочих. С 1930 г. к радиожурналу прибавились «Час пионера и школьника», «Час работницы и крестьянки», с 1931 г. – антирелигиозные беседы (все перечисленные передачи продолжительностью от получаса до одного часа выходили в среднем по два раза в месяц).

Продолжительность радиожурнала «Советская Карелия» выросла с 1 часа 50 минут в 1929 г. до 2-х часов 30 минут в 1932 г. (9:30–13:00 с часовым перерывом на концерт). Один – два раза в месяц передавались радиопостановки на финском языке, гораздо чаще – каждую неделю – звучали рассказы, очерки, повести. Для этого «художественного оформления» на общественно-политическую и историко-революционную тематику на радио постоянно работали обе бригады (два состава) Ленинградского финского театра – 16 человек. В 1933 г. уже 20–30 % всего вещания на финском языке шло в «художественном виде», поэтому штат артистов значительно пополнился:

выступали также финский хор (13 человек), два солиста, 6 чтецов [см.: ЦГАИПД СПб. Ф. 24, Оп. 10, Д. 16, Л. 135].

Пример «художественного оформления» радиожурнала «Советская Карелия» приводится в отчете редакции финских передач за первый квартал 1933 г. 19 марта в передаче, посвященной дню Парижской коммуны, хор финского театра исполнял красногвардейскую и МОПРовскую [от МОПР – Международная организация помощи рабочим] песни, актеры сыграли радиопостановку «В день Парижской коммуны в 1933 году», солист из Петрозаводского радиокомитета спел две песни, посвященные Парижской коммуне, и несколько песен о социалистическом строительстве, а также прозвучала сатира на социал-демократов Финляндии и граммофонные записи музыки о Парижской коммуне [см.: там же, Л. 134].

Содержание радиожурнала «Советская Карелия» находилось под пристальным вниманием культурно-пропагандистского отдела Ленинградского обкома ВКП(б). Радиожурнал в 1932–1933 гг. состоял из следующих страниц.

9:30–10:00. Передача для крестьян Ленинградской области и Карельской АССР.

10:00–10:15. Два раза в месяц – «Страница молодежи», два раза – «Страница работницы и колхозницы».

10:15–10:45. Антирелигиозная беседа.

10:45–11:00. Страница пионера и школьника.

12:00–13:00. Передача для рабочих [см.: там же. Л. 123].

В часовом промежутке с 11-ти до 12-ти часов транслировался концерт.

В передачах для крестьян велись агротехнические беседы – курс из 25 лекций в год, по 15 минут каждая; звучали информация и разъяснения по поводу постановлений партийных и советских органов, оперативная информация о ходе сельскохозяйственных работ и политических кампаний, беседы к датам «красного календаря», очерки о передовиках-колхозниках, рапорты сельхозкоммун и колхозов и т. п. Антирелигиозные беседы разделялись на научные (мировоззренческие) и контрпропагандистские, приуроченные к религиозным праздникам и политическим событиям. Передачи для рабочих включали международный обзор, анализ экономического положения пролетариата за рубежом, особенно в Финляндии, пропагандистские сравнения «двух миров», передачи к датам «красного календаря», в том числе по истории рабочего и революционного движения в Финляндии, о развитии Советской Карелии и т. п. [см.: там же, Л. 128–130].

Журнал «Советская Карелия» был не единственной передачей на финском языке на Ленинградском радио. С 1930 г. регулярно, 3–4 раза в неделю, до полуночи или после, выходили «Курсы ленинизма», продолжительность каждого занятия составляла 30 минут. В 1932 г. в сетке радиопередач предусматривалось, что первый антракт всех трансляций (7:45–8:00) по вторым и шестым дням декады отводится для финских передач. В 1933 г. передачи на финском языке выходили 11–13 раз в месяц, общий объем трансляции составлял 13,5–16 часов, а по воскресеньям (4–5 раз в месяц)

дополнительно шли концерты продолжительностью по одному часу [см.: там же, Л. 132–134].

В начале 1930-х гг. много иностранных рабочих и специалистов – более 1400 человек с семьями, преимущественно немцы и американцы – проживали и работали в Ленинграде. Для обслуживания этих специфических групп населения на ленинградском радио велись передачи на немецком (1931–1932 гг.) и английском (1932 г.) языках. Четыре раза в неделю по вечерам, в том числе и в субботу или воскресенье, выходили «Рабочая газета» и «Листок для иностранных трудящихся» на немецком языке, транслировались концерты революционной музыки («Молодая немецкая музыка», «Пути развития новой музыки в Германии» и т. д.), а также «лито-музо-монтажи» (на русском языке) «Страна должна знать своих героев» – об иностранных рабочих и специалистах – «ударниках социалистической стройки». В 1932 г. передачи «СССР на стройке» – литературные страницы с музыкальным антрактом – выходили на немецком языке раз в декаду, а на английском – раз в месяц. Звучали тематические подборки, например, «Красная Армия в художественной литературе» (на английском языке), интернациональные рабочие митинги, концерты, специальные передачи для членов семей иностранных трудящихся, в том числе и для детей («Как живут дети СССР и дети в капиталистических странах») и т. п. В 1931 г. были организованы радиокурсы русского языка для иностранных рабочих в Ленинграде, а в 1930–1932 гг. регулярно шли радиозанятия по английскому и немецкому языкам [см.: 13].

Местное радиовещание

В 1932 г. было положено начало местному радиовещанию на языках национальных меньшинств Ленинградской области. Летом – осенью прозвучали 4 передачи из финских колхозов «Рай-Раатая» и «Осоавиахим» Куйвозовского (финского) района, «Ленинградский Совет» Красногвардейского (Гатчинского) и коммуны «Ууртая» Мгинского районов. В каждой передаче продолжительностью от 30 минут до одного часа непосредственно участвовали 10–12 человек, при численности слушателей, присутствовавших на местах во время передачи, от 50 до 130 человек. В передаче из коммуны «Ууртая» 11 сентября 1932 г. выступили финский ингерманландский писатель Г. Саволайнен с очерком об истории коммуны, а председатель коммуны, бригадир полевой бригады, работницы молочной фермы и столовой, учитель с 36-летним стажем рассказали о своей работе. Передовую финскую коммуну приветствовали представитель колхоза «Искура» из Мги и редактор центральной партийно-советской финской газеты «Вапаус», выходившей в Ленинграде. Художественное оформление передачи, шедшей под лозунгом «Большевистскими темпами в уборочной кампании дадим удар поджигателям интервенции» [не очень удачный перевод с финского – Т. С.], обеспечивала вторая бригада Ленинградского финского театра [см.: ЦГАИПД СПб., Ф. 24, Оп. 10, Д. 16, Л. 124].

Выездные радиопередачи на финском языке практиковались и позднее. В феврале 1935 г. была организована передача из Талликовского Дома культуры

(Ленинградский Пригородный район) с выступлениями знатных людей финских колхозов, а в июне того же года – передача из передового животноводческого финского колхоза «Алку» («Начало») в Красногвардейском (Гатчинском) районе [см.: 14, с. 81].

С октября 1932 г. началось районное радиовещание на финском языке в Куйвозовском национальном районе, но передачи не были регулярными: так, в январе – марте 1933 г. в эфир не вышло ни одной [см.: ЦГАИПД СПб, Ф. 24, Оп. 10, Д. 16, Л. 136]. Нерегулярно выходил также «Нацлисток» на финском языке в Мурманске [см.: там же, Л. 125], который в то время относился к Ленинградской области.

Редакция радиожурнала «Советская Карелия» практиковала также внеэфирные виды массовой работы. В 1932 г. в Куйвозовском и Мгинском районах после радиопередач были проведены «агитмассовые вечера», на которых присутствовали 300 и 250 человек соответственно, а на базе финского Дома просвещения в Ленинграде прошли два «вечера радиослушателей» с общим числом участников 450 человек и организована конференция селькоров (120 чел.) [см.: там же].

В июне 1932 г. в Кингисеппе был организован выпуск двух эстонских радио-страничек, а с 30 ноября их выход стал систематическим. До конца года эстонская страничка кингисеппской газеты «Колхозник по радио» выходила регулярно, раз в пятидневку, всего вышло 7 выпусков. В рецензии на эти передачи, сделанной для обкома ВКП(б), отмечалось, что политический материал странички недостаточно выдержан, местного материала мало, особенно для городского слушателя. Антирелигиозная передача была выдержана в таком фельетонном тоне, что совершенно искажала «установки антирелигиозной пропаганды». В то же время эстонская страничка вызвала живой интерес слушателей, общественные радиокорреспонденты присылали заметки с мест, и для координации их деятельности в радиопередачу был введен «Блокнот радиокора», в котором предлагались желательные темы и звучали присланные корреспонденции. Было высказано пожелание привлечь к работе радио-странички еще одного диктора, лучше женщину, чтобы избежать монотонности звучания, а также ввести художественное чтение на эстонском языке [см.: там же, Л. 137–140].

Тем же летом 1932 г. в Кингисеппе во время колхозного базара была организована передача двух радиоконцертов художественной самодеятельности с участием масс – на эстонском и татарском языках [см.: там же, Л. 125]. Использовали радио в своей массовой и политико-воспитательной работе и профсоюзы: так, в 1932 г. в торговом порту, где работали 2768 человек татар и башкир, 2400 украинцев, 1,5 тыс. белорусов, 800 евреев, 21 раз звучали радиогазеты «на национальных языках» (количество передач на отдельных языках не конкретизировалось) [см.: там же, Д. 85, Л. 9]. Радиокomitee отчитался также о выходе радио-странички на татарском языке в Назиестрое (торфоразработки в тогдашнем Мгинском районе), где работало много татар, но это был, видимо, единичный случай – по крайней мере, в марте 1933 г. этой странички уже не было [см.: там же, Д. 16, Л. 97].

Ленинградский радиокomitee неоднократно поднимал вопрос об организации регулярного областного вещания не только на финском, но также на эстонском и латышском языках. Однако вплоть до 1933 г. от партийных и советских органов на это предложение звучал отказ – прежде всего из-за отсутствия необходимой технической базы в области, особенно в сельских районах, где были сосредоточены значительные массы национального населения, а также из-за крайнего дефицита подготовленных сотрудников – «выдержанных работников партийцев». Таких работников Ленрадиокомитет в марте 1933 г. просил у культурно-пропагандистского отдела обкома ВКП(б) («хотя бы человек 5–6»), чтобы направить их редакторами районного нацменвещания, пополнить штат радиожурнала «Советская Карелия», а также выделить инструктора по радионацменработе в области [см.: там же, Л. 131–131 об.].

В практических рекомендациях докладной записки в Ленинградский обком ВКП(б) о состоянии художественной работы среди нацмен Ленинградской области (март 1933 г.) есть предложения, касающиеся радио. М. Ж. Стириусу, заместителю председателя Ленрадиокомитета, предлагалось провести в марте – апреле полный капитальный ремонт всей радиоаппаратуры в национальных районах, «изъяв это средство из рук сектантов», а также организовать «систематическую областную и районную передачу на национальных языках, обеспечив вещание проверенными кадрами нацменов коммунистов и поставив бдительный политический контроль». Радиосеть надлежало расширить с таким расчетом, чтобы организовать «коллективное радиослушание во всех нацменсельсоветах и колхозах области» [там же, Л. 98–99].

Иносектор Ленрадиокомитета

К 1934 году поставленная задача была выполнена – на Ленинградском радио был организован сектор вещания на иностранных языках (Иносектор), куда вошли редакции финского вещания и бюллетеня эсперанто (редактор М. Урбан), а также новые редакции передач на эстонском (редактор А. К. Радик) и латышском (редактор Я. Э. Гайлис) языках и преобразованная из передач для иностранных рабочих редакция немецкого вещания (редактор Э. Бауэр) [см.: 15]. Первым заведующим (главным редактором) сектором вещания на иностранных языках стал А. К. Радик [см.: 16, с. 458]. Финская, эстонская и латышская редакции были рассчитаны преимущественно на местное население национальных меньшинств, редакция эсперанто – на заграничных слушателей, а немецкая редакция – на иностранных специалистов и значительно выросшее число политэмигрантов из Германии и Австрии, а также слушателей за границей. Кроме того, по центральному радио из Москвы шли специальные передачи для иностранных трудящихся в СССР, и уже в 1935 году эта аудитория обслуживалась только из центра.

Ленинградская «Deutsche Sendung» («Немецкая редакция») выходила в эфир ежедневно, с 0:30 до 1:30 по московскому времени (то есть 22:30–23:30 по средневропейскому, что специально оговаривалось в программах). Ее

передачи содержали постоянные рубрики: «Репортажи и интервью», «Ежедневные события», «Стратегия и тактика пролетарской революции», «Из советской науки», «Воспоминания о Ленине», «Советы». Радиобюллетень эсперанто («*Esperanta radja bulteno*») был включен в программу немецкой редакции и выходил два – три раза в декаду по полчаса, в самом начале вещания редакции. На немецком языке звучали и другие политические и пропагандистские передачи, например, «Октябрьская революция и средние слои», «Меньшевики и контрреволюция», «17-й партсъезд», «90 миллионов избирателей выбирают» и т. п. В публикуемых программах передач помещались обращения редактора Эрнста Бауэра к слушателям сотрудничать с редакцией, присылая вопросы и пожелания [см.: 15].

По сравнению с немецкой редакцией, вещание других национальных редакций было намного короче. Финские передачи («*Suomenkielinen radio-ohjelma*») звучали три раза в декаду, при этом по воскресеньям традиционно выходил радиожурнал «Советская Карелия», хотя время передачи сократилось на полчаса и было перенесено на послеобеденные часы (16:00–18:00). В другие дни декады на финском языке транслировались новости, политические обозрения (19:00–19:25), а по утрам – передачи для пионеров и школьников. Выпуски эстонской («*Eestikeelse bülleaani radio*») и латышской («*Latveesu radio biletens*») редакций шли всего по 25 минут, два раза в десятидневку каждый, в то же вечернее время. Передачи носили информационный характер (о жизни эстонской и латышской диаспор в СССР и Ленинградской области), а также приурочивались к политическим кампаниям, праздникам «красного календаря», знаменательным датам. Некоторые передачи были адресованы отдельным категориям национальных слушателей – работницам и крестьянкам, школьникам [см.: 15].

Радио выполняло важные пропагандистские задачи, что особенно ценилось в период массовых политических кампаний. В плане проведения отчетно-выборной кампании в областной, городской и местные Советы осенью 1934 г. имеются специальные пункты о радио-докладах на национальных языках, в Ленинграде с 15 по 30 октября, а в области – с 15 октября по 15 ноября. В областном плане эта задача конкретизируется: «14. Провести по радио на финском, эстонском и латышском языках отчетный доклад о деятельности Облисполкома в целом и работе Отдела Нацмен, одну беседу о значении перевыборов» [ЦГАИПД СПб. Ф. 24, Оп. 10, Д. 112, Л. 7, 9].

Сетка вещания для национальных меньшинств Ленинграда и области в 1936 году была изменена и расширена. По центральному радиовещанию с 1 января 1936 г. были предусмотрены «окна» для передач на национальных (языках многих народов СССР) и иностранных (европейских государств, преимущественно немецком) языках. Передачи на национальных языках части населения Ленинградской области – эстонском, латышском и (впервые) латгальском – поочередно транслировались с радиостанции им. Кирова (Ленинград) ежедневно с 19:30 до 19:55, а по воскресеньям, не совпадающим с выходными днями (вместо недели была пятидневка с шестым выходным), с 12:15 до 13:10. Таким образом, продолжительность вещания на эстонском и

латышском языках выросла в три раза. Передачи на финском языке выделялись отдельно, они шли ежедневно с 17:00 до 17:55 и каждое воскресенье по утрам (10:25–10:45, это были специальные выпуски для пионеров и школьников). Также отдельной строкой значились ежедневные (0:10–1:20) передачи из Ленинграда на иностранных языках, что относилось к вещанию немецкой редакции. На других иностранных языках (в частности, отдельно выделены передачи на шведском языке) транслировались передачи из Москвы [17, с. 7].

На состоявшемся в апреле 1936 г. заседании Секретариата Ленинградского обкома ВКП(б), посвященном работе Радиокomiteта, было предложено «увеличить объем национального радиовещания примерно на полчаса ежедневно в первую очередь на финском, латышском и эстонском языках, за счет сокращения других видов иностранного вещания» [ЦГАИПД СПб. Ф. 24, Оп. 2–1, Д. 913, Л. 23–24]. Таким образом, увеличивалась продолжительность вещания не в целом на иностранных языках, а именно для населения национальных меньшинств Ленинграда и области. Во время крупных хозяйственных кампаний продолжительность таких передач увеличивалась еще больше, менялось и время трансляции. Так, в апреле – мае 1937 г., во время посевной кампании, эти передачи шли 6 дней в неделю, в ночное время – с 0 часов до 2 часов ночи, а по воскресеньям – с 00:15 до 2:00 [см.: там же, Оп. 8, Д. 498, Л. 42].

В целом к осени 1937 г. иностранное вещание Ленинградского радио составляло 45 часов в месяц (8 % от всего объема собственного вещания) [см.: там же, Л. 56]. Руководство радио предлагало реорганизовать иностранный отдел, ликвидировав в нем редакцию немецких передач (полностью перейти на трансляцию на немецком языке из Москвы), а передачи на финском, латышском и латгальском языках (эстонский не указан, возможно, по ошибке) сохранить и расширить [см.: там же, Л. 61].

Популяризация художественного творчества народов СССР

Ленинградское радио широко популяризировало также художественное творчество разных народов и национальных меньшинств СССР. Первая такая передача прозвучала в программе «Радиотеатр» 8 ноября 1929 года – это был концерт национальных детских домов Ленинграда. В 1931 г. по радио выступили хор удмуртского землячества (4 февраля, передача была приурочена к 10-летию Вотской национальной области, от старого названия удмуртов – вотяки), татарский и чувашский самодеятельные ансамбли (6 февраля), а 24 и 25 апреля, в течение полутора и двух часов соответственно, – музыкальные кружки Домов просвещения национальных меньшинств. В мае 1932 г. прошел цикл таких передач: 2 мая полтора часа транслировалась олимпиада школ национальных меньшинств Ленинграда (хор и струнный оркестр эстонских школ, хоры татарской, польской и немецкой школ, затейники Интерклуба), 6 мая – олимпиада нацменкружков Домов просвещения (30 мин.), 7 мая – «Затейники нацмендомов у микрофона» (30 мин.). 27 октября 1932 г. национальные Дома просвещения снова показали свои достижения: прозвучали немецкие народные песни и произведения украинских композиторов.

С декабря 1930 г. по Ленинградскому радио транслировались этнографические концерты. Звучали народные еврейские, армянские, грузинские, осетинские, азербайджанские, татарские, чувашские, удмуртские, марийские мелодии, песни немецких колонистов Поволжья и народов Северной области. С мая 1931 г. этнографические концерты стали передаваться и в виде фонограмм из этнографического отдела Академии наук, вскоре преобразованного в Институт по изучению народов СССР. Все эти передачи шли в удобное вечернее время – с 17–18 часов, в течение 30 минут – одного часа.

Радио готовило тематические передачи о положении национальных меньшинств «прежде и теперь», подборки из произведений писателей и композиторов разных национальностей, передавало музыку русских композиторов, созданную на украинские, армянские, кавказские, «восточные» темы, песни и танцы народов СССР. Эти передачи часто шли в рубриках «Рабочий полдень», «Колхозное художественное вещание», «Утренний концерт», в трансляциях оркестра народных инструментов под управлением Кацмана. Программы радио 1930-х гг. просто пестрят такими передачами.

Однако в разгар политических репрессий, в сентябре 1937 г., партийное руководство Ленинграда пришло к выводу, что «музыкально-художественное вещание оторвано от задач коммунистического воспитания... В концертах по радио большое место занимает музыка западноевропейских композиторов [в] ущерб произведениям русских композиторов и народному творчеству» [там же, Л. 86]. В это же время начальник спецсектора Радиокomiteта предложил сократить редактора музыкального вещания Иносектора (в августе 1937 г. этим редактором была Евгения Владимировна Шнеерсон, работавшая на Ленинградском радио с 1932 г.) [там же, Л. 59, 75].

Ликвидация

С середины 1930-х гг. нарастает идеологический контроль ВКП(б) во всех сферах социально-политической и культурной жизни страны. Средства массовой информации, в том числе радио, как важнейшие инструменты влияния на широкие массы, оказываются под особенно тяжелым прессом. Проверки работы Ленрадиокомитета и его редакции иностранного вещания следуют одна за другой, выводы проверяющих приобретают обвинительный характер, и накал этих обвинений растет.

22 апреля 1936 г. состоялось заседание Секретариата Ленинградского обкома ВКП(б), на котором среди других стоял вопрос «О работе радиокомитета». В постановлении по этому вопросу большое внимание уделено национальному радиовещанию. Отмечалось, что «отсутствует необходимый контроль за передачей на иностранных языках и перепиской со слушателями из других стран». Кадры работников ряда отделов радиокомитета, среди которых назван и отдел национального вещания, «требуют пересмотра и замены более квалифицированными и проверенными». В документах, подготовленных для этого заседания, уточняется, о каких конкретно недостатках идет речь. Прежде всего, «нет ясных установок о характере

передач на каждом из национальных языков», председатель Радиокomiteта не руководит национальным вещанием, «близорукость» руководителей привела к подбору неподходящих кадров, например, редактора немецких передач Голланда, «германского подданного», которого уже уволили. Национальному радиовещанию посвящен специальный пункт постановления (п. 4), где отмечается, что его основным содержанием должна быть «пропаганда в популярной форме успехов социалистического строительства в СССР (рост материального и культурного уровня трудящихся СССР, рост экономической мощи и политики Советского Союза в борьбе за мир), показ расцвета творчества народов СССР». Учитывая отмеченные ранее недостатки, постановление обязывает заведующего национальным вещанием (им был в это время А. К. Радик) визировать передачи на всех языках. А ответы на письма радиослушателей из других стран должен лично визировать уже председатель Радиокomiteта (Р. П. Баузе). Все редакторы национального радиовещания подлежали утверждению в отделах культпросветработы городского и областного комитетов ВКП(б), а состав политредакторов Облгорлита, то есть цензоров, должен быть «укреплен» [там же, Оп. 2–1, Д. 913, Л. 21–24, 29].

Одним из последствий решения обкома ВКП(б) от 22 апреля 1936 г. стало освобождение от должности директора Ленрадиокomiteта Р. П. Баузе в мае того же года. Временно исполняющим обязанности директора был назначен бывший заместитель Баузе – М. Ж. Стириус, проработавший руководителем Радиокomiteта до сентября 1936 г. Его сменил И. Л. Кацман, возглавлявший Ленрадиокomiteт до конца 1937 г. После него новым руководителем Радиокomiteта стал Я. У. Нусимович [см.: 7, с. 87].

В 1936–1937 гг. большие кадровые изменения произошли в секторе иностранных передач. В начале 1936 г. ответственный редактор немецкого вещания Голланд был снят с работы как германский подданный [см.: ЦГАИПД СПб. Ф. 24, Оп. 2–1, Д. 913, Л. 29]. На 1 августа 1937 г. сектор иностранных передач состоял всего из семи сотрудников, пятеро из которых были новичками – приняты на работу уже в 1937 г. Представленный в обком ВКП(б) список содержал фамилию, имя, отчество сотрудника, должность и дату приема на работу, а также рукописные приписки красным карандашом у некоторых фамилий – о проживании за границей самого сотрудника и его родственников. В списке значились: Иоганн Айнович Меликов – помощник ответственного редактора немецких передач, принят на работу 22 марта 1937 г.; Вольффрид Васильевич Виртанен – ответственный редактор финских передач, работал с 15 января 1937 г. («Брат в Финляндии. Выговор за хр.[анение] ор.[ужия]. Жил до 18 г. в Ф.[инляндии]»); Лидия Семеновна Гренлунд – редактор финских передач с 16 января 1932 г.; Ян Эрнестович Гайлис – ответственный редактор латышских передач с 20 января 1937 г. («Жил в Финляндии 16–17 г.»); Евгения Владимировна Шнеерсон – редактор музыкального вещания с 20 февраля 1932 г. («Отец в Америке»); Валентина Георгиевна Васильева – секретарь, работает с 1 февраля 1937 г.; Лидия Оллиевна Энрут – машинистка, работает с 1 апреля 1937 г. («До 26 г. в Финляндии. Родств.[енники] в Америке») [там же, Оп. 8, Д. 498, Л. 75].

Первый заведующий сектором вещания на иностранных языках А. К. Радик проработал в этой должности более двух лет, с января 1935, и был уволен в апреле 1937 г. [см.: там же, Л. 1]. Сменивший его В. В. Виртанен числился временно исполняющим обязанности заместителя заведующего отделом, он проработал только до сентября 1937 г. [см.: там же, Л. 67].

В сентябре 1937 г. бюро обкома и горкома ВКП(б) заслушало вопрос «О кадрах и работе Ленинградского радиокомитета». В принятом постановлении отмечалось: «1. Значительная засоренность кадров Радиокомитета людьми не внушающими политического доверия и случайными в радиовещании. <...> Нет заведующих: иностранного [отдела], <...> заместителя Радиокомитета по вещанию...» [там же, Л. 85–86]. Постановление предписывало отделам культурно-просветительной работы обкома и горкома ВКП(б) «в двухдекадный срок» подобрать и послать на работу в радиокомитет заместителя председателя и заведующих некоторыми отделами, в том числе иностранным и политического вещания [там же, Л. 88].

Кандидатура на должность заведующего иносектором подбиралась еще до этого решения: 23 августа 1937 г. к списку руководящего состава Ленрадиокомитета было приписано от руки: «Меликов, Гренлунд, Гайлис – иностр.» [там же, Л. 67]. Начальник спецсектора Радиокомитета Недошивин рекомендовал выдвинуть на должность заведующего иносектором Л. С. Гренлунд, члена ВКП(б), на которую «компрометирующего не имеется. Финка, за границей не была и родственников [там] по анкетным данным не имеет» [там же, Л. 61].

Однако нового заведующего иносектором уже не назначали – осенью 1937 г. сектор был расформирован, а в Радиокомитете начались массовые аресты. В проекте постановления бюро обкома ВКП(б) от 20 декабря 1937 г. «О национальных школах и других культурно-просветительных учреждениях», предписывающем ликвидировать все национальные организации, учреждения и печать, о радиопередачах на языках национальных меньшинств уже не упоминается [см.: там же, Оп. 2–2, Д. 2092, Л. 62–63]. К весне 1938 г. «большой террор» на ленинградском радио закончился, о чем свидетельствует название постановления бюро обкома ВКП(б) от 5 мая 1938 г. «О ликвидации последствий вредительства в радиовещании и радиофикации» (вопрос передавался на обсуждение президиума Ленинградского облисполкома) [см.: там же, Д. 2135, Л. 8].

Люди и судьбы

Первым руководителем Ленинградского областного комитета по радиофикации и радиовещанию при Леноблисполкоме был **Роберт Петрович Баузе**, 1895 года рождения, латыш, член ВКП(б) с 1910 г., участник Гражданской войны. В 1921–1926 гг. он был ответственным редактором газеты на латышском языке «Krievijas Cīņa» («Борьба России») и научным сотрудником Коммунистического университета национальных меньшинств Запада (КУНМЗ) им. Ю. Ю. Мархлевского, а с 1926 по 1928 гг. – заведующим подотделом нацменьшинств Ленинградского обкома ВКП(б). В 1928–1929 гг.

работал ответственным секретарем Псковского окружкома ВКП(б), затем до осени 1931 г. – ответственным редактором «Красной газеты» (Ленинград).

Возглавляя с 1 ноября 1931 г. по 13 мая 1936 г. Ленинградский радиокомитет, Р. П. Баузе одновременно был директором Института красной профессуры (1932–1933), а также председателем Президиума Оргкомитета Ленинградского Союза советских писателей (1932–1934). После освобождения от должности директора Радиокомитета Р. П. Баузе недолго руководил Ленинградским Институтом искусствознания, затем был корреспондентом немецкой коммунистической газеты «Deutsche Zentral-Zeitung» (Москва).

5 ноября 1937 г. был арестован, 19 декабря 1937 г. исключен из ВКП(б). Обвинен по ст. ст. 58-6-8-9-11 УК РСФСР и приговорен к высшей мере наказания. Расстрелян 27 января 1937 г. в Ленинграде.

7 апреля 1956 г. Баузе Р. П. реабилитирован [см.: 7, с. 97–98; 18].

* * *

С мая по сентябрь 1936 г. обязанности председателя Радиокомитета исполнял **Макс Жанович Стириус** (1902 г. р.), еврей, уроженец гор. Страсбурга (Франция), член ВКП(б) с 1921 г. В 1928 г. был инструктором Обкома ВКП(б), а в 1928 г. возглавил Ленинградский радиоцентр. После образования Радиокомитета работал заместителем председателя, выпустил книгу «Большевики завоевывают эфир» (Л., 1931) [см.: 7, с. 105].

С сентября 1936 г. по август 1937 г. М. Ж. Стириус был директором Ленинградской Радиодирекции областного управления связи. Решением бюро горкома ВКП(б) от 14 августа 1937 г. был отстранен от этой должности, «как не вызывающий политического доверия» – ему вменялись «троцкистские колебания» во время учебы в Военно-политической академии им. Толмачева в 1924–1925 гг., связи с «активной участницей контрреволюционной троцкистской оппозиции» Зеликсон, высланной из Ленинграда в 1935 г., после убийства С. М. Кирова, а также с заместителем председателя Совнаркома Рыкова – Шестаковичем, арестованным как «враг народа». Кроме этих «порочащих сведений», еще более серьезным обвинением было «явно антипартийное» выступление М. Ж. Стириуса на активе наркомата связи в мае 1937 г. по вопросу о ликвидации последствий вредительства в Радиокомитете: «... я их [врагов] не видел и не вижу, не боролся с ними и не знаю, как бороться» [ЦГАИПД СПб. Ф. 25, Оп. 2, Д. 864, Л. 2, 4–5].

М. Ж. Стириус был арестован 10 октября 1937 г. По ст. ст. 58-6-9-11 УК РСФСР приговорен к высшей мере наказания. Расстрелян в Ленинграде 10 ноября 1937 г. Реабилитирован 27 октября 1956 г. [см.: 18].

* * *

Последним руководителем Ленрадиокомитета в период существования вещания на национальных языках был **Иосиф Лазаревич Кацман**, 1902 г. р., еврей, уроженец г. Межеречье Седлецкой губ. (Польша), в 1917–1920 гг. член Всеобщего еврейского рабочего союза в Литве, Польше и России (Бунд), рабочий-обувщик. В Советскую Россию прибыл из Польши в 1920 г., по

партийной линии был перерегистрирован в РКП(б). С 1922 г. – секретарь еврейской секции Гомельского губкома комсомола, откуда направлен на учебу в Петроград, в Коммунистический университет нацменьшинств Запада им. Ю. Ю. Мархлевского, который окончил в 1925 г. по специальности лектора политэкономии. Работал преподавателем политэкономии, затем до 1929 г. заведующим совпартшколой в Одессе. В 1930–1931 гг. – директор Государственного еврейского театра Украины в Харькове. В 1931–1932 гг. учился в аспирантуре, с 1932 г. работал лектором Ленинградского отделения КУНМЗ, затем возглавил Ленинградское Областное управление театрами (ЛОУТ). С 5 сентября 1936 г. был назначен председателем Радиокomiteта [см.: 7, с. 102].

Арестован 26 декабря 1937 г., обвинялся по ст. ст. 58-6-8-11 УК РСФСР. Постановлением бюро Куйбышевского райкома партии г. Ленинграда от 31 октября 1937 г. исключен из рядов ВКП(б). 10 января 1938 г. определена высшая мера наказания. Расстрелян 15 января 1938 г. Реабилитирован 12 ноября 1958 г. [см.: 18].

* * *

Первым заведующим сектором вещания на иностранных языках (Иносектор) в январе 1935 г. стал редактор эстонской радиоредакции **А. К. Радик**. Назначен он был временно, должность заведующего Иносектором была еще в основном административной, с небольшим кругом обязанностей, и с ней можно было справляться «по совместительству». Но обещанной горкомом ВКП(б) присылки постоянного работника не произошло, а с 1936 г. на заведующего Иносектором были возложены также обязанности главного редактора, он должен был визировать передачи на всех языках [см.: ЦГАИПД СПб. Ф. 24, Оп. 2, Д. 913, Л. 24], что требовало владения этими языками, и намного увеличивало объем работы руководителя. В сентябре 1936 г. А. Радик обратился к руководству Радиокomiteта с просьбой освободить его от должности главного редактора национального вещания и перевести на прежнюю работу – редактором эстонских передач. Поскольку просьба эта удовлетворена не была, в декабре 1936 г. А. Радик обратился за содействием к заведующему отделом культуры и пропаганды обкома ВКП(б) Б. П. Позерну. Вопрос был решен «с избытком»: в конце апреля 1937 г. А. Радик был уволен из Радиокomiteта [см.: там же, Оп. 8, Д. 498, Л. 1].

В списках репрессированных ленинградцев числится Радик Адольф Матисович, 1886 г. р., уроженец г. Ревель, эстонец, перебежчик, член КП Эстонии, прибыл нелегально как политэмигрант в СССР в 1925 г., член ВКП(б) в 1929–1938 гг., член Кировского райсовета, последнее место работы – формовщик на заводе «Красный треугольник». Арестован 10 марта 1938 г. Особой тройкой УНКВД Ленинградской области приговорен по ст. 58-6 УК РСФСР к расстрелу. Приговор не исполнен. Военным трибуналом ЛВО 20 марта 1939 г. осужден по ст. 58-6 ч. 1 на 15 лет ИТЛ. Отбывал срок в Карлаге. Умер в заключении 23 июня 1940 г. [см.: 18].

Можно предположить, что несмотря на несовпадение второго инициала (отчества), речь идет именно о заведующем Иносектором Ленрадиокомитета А. Радике, так как в документах «тройки» часто указывалось лишь последнее место работы арестованного, а другие приведенные данные свидетельствуют о его весьма высоком партийно-советском статусе.

* * *

После увольнения А. Радика исполняющим обязанности редактора иностранного вещания стал **Вольффрид Васильевич Виртанен**, 1905 г. р., уроженец д. Кархула Выборгской губернии, финн, член ВКП(б) с 1926 г., бывший проректор по учебной части Ленинградского отделения Коммунистического университета нацменьшинств Запада (ЛОКУНМЗ), с 15 января 1937 г. постоянно работающий в качестве ответственного редактора финских передач Ленинградского радиокомитета. В справке начальника спецсектора Радиокомитета о состоянии работы на ленинградском радио (август 1937 г.) имеется характеристика В. В. Виртанена: «с работой не справляется» [там же, Оп. 8, Д. 498, Л. 61].

Уже 20 октября 1937 г. он был арестован. Комиссией НКВД и Прокуратуры СССР 12 января 1938 г. приговорен по ст. ст. 58-6-11 УК РСФСР к высшей мере наказания. Расстрелян в Ленинграде 18 января 1938 г. [см.: 8].

* * *

С 1936 г. диктором передач на латышском языке Радиокомитета был **Ян Фрицевич Витоль**, 1891 г. р., уроженец усадьбы Целе Газенпотского уезда Курляндской губернии, латыш, член ВКП(б) с 1917 г. В 1918–1920 гг. в советской Латвии был агитпропом, белыми дважды был арестован, приговорен к расстрелу, но обменен в качестве заложника и выслан в РСФСР. В 1921–1922 гг. работал заведующим подотделом записи беженцев и иностранцев Петроградского районного управления по эвакуации населения («Петроэвак»); в 1922–1927 гг. возглавлял латышскую секцию подотдела национальных меньшинств Петроградского–Ленинградского губкома ВКП(б). Дальнейшая деятельность Я. Ф. Витоля связана в основном с экономикой: в 1927–1931 гг. – председатель правления инвалидной кооперации «Ленторгин», в 1928 г. окончил торговый факультет Ленинградского института народного хозяйства им. Энгельса; в 1931–1932 гг. – заместитель управляющего по кадрам Ленинградской областной конторы Всесоюзного лесозэкспортного акционерного общества «Экспортлес»; в 1932–1937 гг. работал управляющим производственными предприятиями Ленинградского отделения Латышского культурно-просветительного общества «Прометей», некоторое время – управляющий Новгородским промкомбинатом; по совместительству в 1932–1936 гг. преподавал политэкономии в Институте советской торговли им. Энгельса, а в 1936 г. был задействован и на радио. Член Ленинградского Совета XIII созыва и Куйбышевского районного Совета.

Арестован 26 ноября 1937 г. Обвинялся по ст. ст. 58-6-8-9-11 УК РСФСР. Постановлением бюро Новгородского райкома партии от 11 января 1938 г.

исключен из рядов ВКП(б). 26 января 1938 г. постановлением Комиссии НКВД и прокурора СССР приговорен к высшей мере наказания. Расстрелян 4 февраля 1938 г.

Определением Военной коллегии Верховного суда СССР от 7 апреля 1956 г. постановление Комиссии НКВД и прокурора СССР отменено, и дело за отсутствием в его действиях состава преступления прекращено. Реабилитирован. Постановлением бюро Ленинградского обкома КПСС от 5 марта 1957 г. восстановлен в рядах партии [см.: 7, с. 99–100; 8].

* * *

Редактором передач на латышском языке Радиокomiteта и одновременно инструктором Ленобгорлита с 1936 г. работал **Ян Эрнестович Гайлис** – псевдоним Сарканайс Гайлис (в переводе «Красный Гайлис»), латыш, 1889 года рождения, уроженец Кабиленской волости Тальцинского уезда Курляндской губернии, член РСДРП – ВКП(б) с 1905 г. В 1905 г. был исключен с третьего курса Прибалтийской учительской семинарии (г. Гольдинген); в 1905 и 1917 гг. арестовывался за участие в революционном движении. Во время Гражданской войны (1919–1921 гг.) служил в Латышской стрелковой дивизии РККА. В 1921–1923 гг. по направлению центрального комитета партии работал в латышской секции Коммунистического Интернационала; в 1924–1925 гг. заведовал Областной совпартшколой нацменьшинств. С 1925 по 1934 гг. – сотрудник ОГПУ Ленинградского военного округа. В этот же период активно учился, получил сразу два высших образования – окончил экономический и историко-филологический (по специальности «источниковедение») факультеты Ленинградского университета. В 1934–1936 гг. был редактором и переводчиком в латышском культурно-просветительном обществе и издательстве «Прометей», откуда пришел на радио.

Я. Э. Гайлис был арестован 4 ноября 1937 г. В графе «профессия» указано: уполномоченный латышской секции Коминтерна. Обвинялся по ст. 58-б-8-9-11 УК РСФСР. Постановлением бюро Куйбышевского райкома партии г. Ленинграда от 13 ноября 1937 г. исключен из рядов ВКП(б). 17 января 1938 г. определена высшая мера наказания. Расстрелян 25 января 1938 г.

Определением Военной коллегии Верховного суда СССР от 7 апреля 1956 г. постановление Комиссии НКВД и прокурора СССР отменено, и дело за отсутствием в его действиях состава преступления прекращено. Реабилитирован. Постановлением бюро Ленинградского обкома КПСС от 11 апреля 1989 г. восстановлен в рядах партии [см.: 7, с. 100–101; 8].

Заключение

Радиовещание на национальных языках в Ленинграде и Ленинградской области преследовало цели агитационно-пропагандистские, но объективно способствовало сохранению и развитию культуры национальных меньшинств: по радио звучали и родная литературная речь, народные песни и произведения национальных композиторов, рассказы и повести классиков национальных литератур и современных советских писателей. Передачи областного и

местного радио знакомили национальные группы региона с важными и интересными событиями и достижениями разбросанных по области колоний, с мероприятиями центров организованной культурной жизни национальных меньшинств (дома просвещения, национальные театры), то есть осуществляли постоянную социальную коммуникацию в среде носителей той или иной национальной культуры.

Массовая работа редакций национальных передач (организация рабкоровского и селькоровского движения, вечера и конференции радиослушателей, поездки инструкторов по национальным районам и сельсоветам, переписка с радиослушателями) позволяла наладить обратную связь с адресатом их деятельности, по возможности удовлетворять, а также формировать запросы аудитории.

Радио популяризировало самодеятельное творчество национальных меньшинств, транслируя выступления народных ансамблей, детских коллективов, знакомя таким образом не только соответствующую национальную, но всю разноязыкую аудиторию радиослушателей города и области с культурной жизнью разных национальных групп, что способствовало взаимодействию культур и лучшему взаимопониманию носителей этих культур.

Радио в 1930-е гг. было более регулярным средством массовой информации, чем национальная газета, что повышало его роль, особенно в отдаленных районах. Проводимая на родном языке радио-агитация и пропаганда также скорее достигала цели и была более действенной. Национальное радиовещание на родных языках наглядно свидетельствовало о возможности и правомерности существования культуры национальных меньшинств в иноязычном окружении.

Ликвидация в конце 1937 г. радиовещания на языках национальных меньшинств региона находилась в русле новой советской национальной политики – унификации национальных культур на великорусской основе, осуществляемой административными методами и сопряженной с массовыми репрессиями.

Список литературы

1. Собрание законов и распоряжений рабоче-крестьянского правительства СССР. – М. – 1925. – № 26. – Ст. 69.
2. Ленин В. И. Полное собрание сочинений. – 5- изд. – М.: Госполитиздат, 1958–1965. – Т. 51: Письма. Июль 1919 – ноябрь 1920. – 1965. – 573 с.
3. Известия ЦК ВКП(б). – 1925. – № 9.
4. Известия ЦК ВКП(б). – 1925. – № 22–23.
5. О руководстве радиовещанием: Постановление ЦК ВКП(б) от 10 янв. 1927 г. // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. – М.: Политиздат, 1987. – 607 с.
6. О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении: Сборник документов и материалов. – М.: Мысль, 1972. – 635 с.

7. Деревянко С. С. Документы по личному составу Ленинградского радиокомитета (1930–1940-е гг.) // Вспомогательные исторические дисциплины. – Т. XXIV. – СПб.: Наука, 1993. – С. 83–106.
8. В борьбе за культурную революцию: Культурное строительство в Ленинградской области в 1930–1931 году. – Л.: Огиз – Прибой, 1931. – 96 с.
9. Программа радиопередач Ленинградского радио. – 1931. – Февраль.
10. Янсон П. М. Национальные меньшинства Ленинградской области (сборник материалов). – Л.: Издание орготдела Ленинградского облисполкома, 1929. – 103 с.
11. Материалы по вопросам второй культурной пятилетки 1933–1937 по г. Ленинграду. – Л.: Издание Ленплана, 1932. – 166 с.
12. Просвещение национальных меньшинств РСФСР. – М.: Центральное издательство народов СССР, 1928. – 264 с.
13. Программы Ленинградского радио. – Л., 1931–1932.
14. Янсон П. М. От угнетения и бесправия – к счастливой жизни. – Л.: Издательство Леноблисполкома и Ленсовета, 1936. – 86 с.
15. Программа радиопередач. – Л., 1934.
16. Весь Ленинград: Адресная и справочная книга: 1935. – Л.: Леноблисполком и Ленсовет, 1935. – 1254 с.
17. Сетка передач центрального радиовещания с 1 января 1936 г. – Л., 1936.
18. Ленинградский мартиролог // Возвращённые имена Книги памяти России. URL: <http://visz.nlr.ru/person> (дата обращения 01.04.2021)

Архивные материалы

Центральный государственный архив историко-политических документов Санкт-Петербурга (ЦГАИПД СПб.)

1. Фонд 24. Ленинградский областной комитет КПСС. 1927–1991.
 - 1.1. Опись 2. Общее делопроизводство. 1937–1941.
 - 1.1.1. Опись 2–1. Дело 913. Материалы к протоколу секретариата Обкома ВКП(б) №59 от 22.04.1936 г. (п. п. 1–6 – вопросы, решенные на заседании – 3-й неполный экземпляр) / Особый сектор. 01.04.1936–30.04.1936. – 45 л.
 - 1.1.2. Опись 2-2. Дело 2092. Материалы к протоколу бюро Обкома ВКП(б) № 14 от 19.03.1938 г. (п. п. 2–5 – вопросы, решенные на заседании). 30.12.1937–07.04.1938. – 79 л.
 - 1.1.3. Опись 2-2. Дело 2135. Материалы к протоколу бюро Обкома ВКП(б) № 19 от 08.06.1938 г. (п. п. 11–20 – вопросы, решенные опросом). 16.04.1938–08.05.1938. – 107 л.
 - 1.2. Опись 8. Общее делопроизводство. 1927–1939.
 - 1.2.1. Дело 498. Проект постановления обкома и горкома партии, доклады Областного Радиокомитета о кадрах и работе Ленинградского Радиокомитета / Отдел культурно-просветительной работы. 07.01.1937–13.11.1937. – 126 л.
 - 1.3. Опись 10. Общее делопроизводство. 1930–1942.

1.3.1. Дело 16. Докладные записки бригад Обкома ВКП(б) по обследованию политпросветработы и художественной работы среди нацменьшинств области / Культпропотдел. 13.09.1932–20.03.1933. – 148 л.

1.3.2. Дело 85. Стенограмма совещания в отделе о национально-меньшинской печати, докладные записки о состоянии и задачах советского, хозяйственного и культурного строительства среди нацменьшинств Ленинградской области, о состоянии политпросветработы среди национальных меньшинств и материалы к ним / Культпропотдел. 02.02.1933–13.07.1933. – 181 л.

1.3.3. Дело 112. Доклады, сводки и переписка по работе среди нацменьшинств в Ленинградской области. Отдел культуры и пропаганды Ленинизма. 01.07.1934–30.11.1934. – 28 л.

2. Фонд 25. Ленинградский городской комитет КПСС. 1931–1991.

2.1. Опись 2–1. Общее делопроизводство. 1934–1938.

2.1.1. Дело 864. Материалы к протоколу бюро Горкома ВКП(б) № 2 от 29.08.1937 года (п. п. 37–65 – вопросы, решенные опросом) / Особый сектор. 01.05.1937–17.09.1939. – 135 л.

References

1. Collection of Laws and Orders of the Workers' and Peasants' Government of the USSR [*Sobranie zakonov i rasporyazheniy raboche-krestyanskogo pravitelstva SSSR*]. Moscow, 1925, no. 26, art. 69.

2. Lenin V. I. Complete Works. Vol. 51: Letters. July 1919 – November 1920 [*Polnoe sobranie sochineniy. Tom 51: Pisma. Iyul 1919 – Noyabr 1920*]. 1965, 573 p.

3. Bulletin of the CC CPSU [*Izvestiya TsK VKP(b)*], 1925, no. 9.

4. Bulletin of the CC CPSU [*Izvestiya TsK VKP(b)*], 1925, no. 22–23.

5. About Radio Broadcasting Management. Resolution of CC CPSU from 10 January 1927 [O rukovodstve radioveschaniem: Postanovlenie TsK VKP(b) ot 10 yanvarya 1927 g.]. *KPSS o sredstvakh massovoy informatsii i propagandy* (KPSS on the Media and Propaganda). Moscow: Politizdat, 1987, 607 p.

6. On the Party and Soviet Press, Radio Broadcasting and Television: Collected Documents and Materials [*O partynoy i sovetskoy pechati, radioveschanii i televidenii: Sbornik dokumentov i materialov*]. Moscow: Mysl, 1972, 635 p.

7. Derevyanko S. S. Dokumenty po lichnomu sostavu Leningradskogo radiokomiteta (1930–1940-e gg.) [Documents on the Personnel of the Leningrad Radio Committee (1930–1940s)]. *Vspomogatelnye istoricheskie distsipliny* (Ancillary History Disciplines). Vol. XXIV. Saint Petersburg: Nauka, 1993 pp. 83–106.

8. In the Struggle for the Cultural Revolution: Cultural Construction in the Leningrad Region in 1930–1931 [*In the Struggle for the Cultural Revolution: Cultural Construction in the Leningrad Region in 1930–1931*]. Leningrad: Ogiz – Priboy, 1931, 96 p.

9. Radio Program of the Leningrad Radio [*Programma radioperedach Leningradskogo radio*], 1931, February.

10. Yanson P. M. National Minorities of the Leningrad Region (Collected Materials) [*Natsionalnye menshinstva Leningradskoy oblasti (sbornik materialov)*]. Leningrad: Izdanie orgotdela Leningradskogo oblispolkoma, 1929, 103 p.

11. Materials on the Issues of the Second Cultural Five-Year Plan 1933–1937 in Leningrad [*Materialy po voprosam vtoroy kulturnoy pyatiletki 1933–1937 po gorodu Leningradu*]. Leningrad: Izdanie Lenplana, 1932, 166 p.

12. Education of National Minorities of the RSFSR [*Prosveschenie natsionalnykh menshinstv RSFSR*]. Moscow: Tsentralnoe izdatelstvo narodov SSSR, 1928, 264 p.

13. Leningrad Radio Programs [*Programmy Leningradskogo radio*]. Leningrad, 1931–1932.

14. Yanson P. From Oppression and Lawlessness – to a Happy Life [*Ot ugneteniya i bespraviya – k schastlivoy zhizni*]. Leningrad: Izdatelstvo Lenoblispolkoma i Lensoveta, 1936, 86 p.

15. Radio Program [*Programma radioperedach*]. Leningrad, 1934.

16. All Leningrad: Address and Reference Book [*Ves Leningrad: Adresnaya i spravochnaya kniga*]. Leningrad: Lenoblispolkom i Lensovet, 1935, 1254 p.

17. Program Schedule of Central Broadcastings since January 1, 1936 [*Setka peredach tsentralnogo radioveschaniya s 1 yanvarya 1936 g.*]. Leningrad, 1936.

18. Leningrad Martyrology [*Leningradskiy martirolog*]. Available at: <http://vizs.nlr.ru/person> (accessed 01 April 2021).

Archival Materials

Central State Archives of Historical and Political Documents of St. Petersburg [*Tsentralnyy gosudarstvennyy arkhiv istoriko-politicheskikh dokumentov Sankt-Peterburga*].

1. Fond 24 – Leningrad Regional Committee VKP(b) 1927–1991 [Leningradskiy oblastnoy komitet KPSS. 1927–1991].

1.1. Opis 2. General Office Work 1927–1941 [*Obschee deloproizvodstvo 1927–1941*].

1.1.1. Opis 2–1. Delo 913. Materials to the Minutes of the Secretariat of the Regional Committee of the CPSU no. 59 dated April 22, 1936 (items 1–6 – Issues Resolved at the Meeting – 3rd Incomplete Copy) [*Materialy k protokolu sekretariata Obkoma VKP(b) №59 ot 22.04.1936 g. (pp. 1–6 – voprosy, reshennye na zasedanii – 3-y nepolnyy ekzempliar)*]. *Osobyi sektor. 01.04.1936–30.04.1936* (Special Sector. 04.01.1936–04.30.1936), 45 p.

1.1.2. Opis 2–2. Delo 2092. Materials to the Report of the Bureau of the Regional Committee of the CPSU no. 14 dated 03.19.1938 (points 2–5 – Issues Resolved at the Meeting). 12.30.1937 – 04.07.1938 [*Materialy k protokolu byuro Obkoma VKP(b) № 14 ot 19.03.1938 g. (p. p. 2–5 – voprosy, reshennye na zasedanii). 30.12.1937–07.04.1938*], 79 p.

1.1.3. Opis 2–2. Delo 2135. Materials to the Reports of the Bureau of the Regional Committee of the All-Union Communist Party of Bolsheviks no. 19 dated 06.08.1938 (points 11–20 – Issues Resolved by the Survey). 04.16.1938–05.08.1938

[*Materialy k protokolu byuro Obkoma VKP(b) № 19 ot 08.06.1938 g. (p. p. 11–20 – voprosy, reshennye oprosom). 16.04.1938–08.05.1938*], 107 p.

1.2. Opis 8. General Office Work. 1927–1939 [*Obschee deloproizvodstvo. 1927–1939*]

1.2.1. Delo 498. Draft Resolution of the Regional Committee and City Party Committee, Reports of the Regional Radio Committee on the Personnel and Work of the Leningrad Radio Committee [Proekt postanovleniya obkoma i gorkoma partii, doklady Oblastnogo Radiokomiteta o kadrakh i rabote Leningradskogo Radiokomiteta]. *Otdel kulturno-prosvetitelnoy raboty. 07.01.1937–13.11.1937* (Department of Cultural and Educational Work. 07.01.1937–13.11.1937), 126 p.

1.3. Opis 10. General Office Work. 1930–1942 [*Obschee deloproizvodstvo. 1930–1942*]

1.3.1. Delo 16. Memoirs of the Brigades of the Regional Committee of the CPSU on the Survey of Political Education and Art Work Among the National Minorities of the Region [Dokladnye zapiski brigad Obkoma VKP(b) po obsledovaniyu politprosvetraboty i khudozhestvennoy raboty sredi natsmenshinstv oblasti]. *Kultpropotdel. 13.09.1932–20.03.1933* (Cultural Department. 09.13.1932–03.20.1933), 148 p.

1.3.2. Delo 85. Transcript of the Meeting in the Department on the National Minority Press, Reports on the State and Tasks of Soviet, Economic and Cultural Development among the National Minorities of the Leningrad Region, on the State of Political Education among National Minorities and Materials to Them [Stenogramma soveshaniya v otdele o natsionalno-menshinskoy pechati, dokladnye zapiski o sostoyanii i zadachakh sovetskogo, khozyaystvennogo i kulturnogo stroitelstva sredi natsmenshinstv Leningradskoy oblasti, o sostoyanii politprosvetraboty sredi natsionalnykh menshinstv i materialy k nim]. *Kultpropotdel. 02.02.1933–13.07.1933* (Cultural Department. 03.02.1933–13.07.1933), 181 p.

1.3.3. Delo 112. Reports, Summaries and Correspondence on Work among National Minorities in the Leningrad Region. Department of Culture and Propaganda of Leninism. 07.01.1934–11.30.1934 [*Doklady, svodki i perepiska po rabote sredi natsmenshinstv v Leningradskoy oblasti. Otdel kultury i propagandy Leninizma. 01.07.1934–30.11.1934*], 28 p.

2. Fond 25. Leningrad City Committee of the CPSU. 1931–1991 [*Leningradskiy gorodskoy komitet KPSS. 1931–1991*].

2.1. Opis 2–1. General Office Work. 1934–1938 [*Obschee deloproizvodstvo. 1934–1938*].

2.1.1. Delo 864. Materials to the Reports of the Bureau of the City CPSU no. 2 of 08.29.1937 (points 37–65 – Issues Resolved by Poll) [Materialy k protokolu byuro Gorkoma VKP(b) № 2 ot 29.08.1937 goda (p. p. 37–65 – voprosy, reshennye oprosom)]. *Osobyu sector. 01.05.1937–17.09.1939* (Special Sector. 01.05.1937–17.09.1939), 135 p.

Приложение

Статья **58-6** УК РСФСР: шпионаж, то есть передача, похищение или собрание с целью передачи сведений, являющихся по своему содержанию

специально охраняемой государственной тайной, иностранным государствам, контрреволюционным организациям или частным лицам; **58-7** подрыв государственной промышленности, транспорта, торговли, денежного обращения или кредитной системы, а также кооперации, совершаемый в контрреволюционных целях, использование государственных учреждений и предприятий или противодействие их деятельности в интересах бывших собственников или заинтересованных капиталистических организаций; **58-8** совершение террористических актов, направленных против представителей Советской власти или деятелей революционных рабочих и крестьянских организаций; **58-9** разрушение или повреждение с контрреволюционной целью взрывом, поджогом или другими способами железнодорожных или иных путей и средств сообщения и народной связи, водопровода, общественных складов и иных сооружений, государственного или общественного имущества; **58-10** антисоветская пропаганда и агитация; **58-11** всякого рода организационная деятельность, направленная к подготовке или совершению контрреволюционных преступлений.

УДК 7.011.2

Граффити и стрит-арт: от художественной практики к социальному действию*

Константинова Мария Алексеевна – Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, кафедра рекламы и современных коммуникаций, бакалавр, Санкт-Петербург, Россия.

Email: 98mk@mail.ru

Авторское резюме

Состояние вопроса: Современное представление о сущности граффити и стрит-арт в настоящее время до конца не сформировалось. Принято рассматривать граффити и стрит-арт как художественные практики, при этом их относят либо к акту вандализма и проявлению девиантного поведения, либо к современному уличному искусству. Однако и граффити, и стрит-арт – это действие, запрещенное в рамках закона, но существенное в рамках городской культуры.

Результаты: Граффити и стрит-арт – это социальное действие, которое представляет собой систему, состоящую из различных элементов: субъекты или акторы действия (они же действующие лица), объекты, средства, методы, нормы. Оценивать действия райтеров/художников можно в контексте их целей, мотивов и ценностных ориентиров, но важнее определить действия райтеров/художников как важный инструмент коммуникации и средство привлечения внимания к явлениям культуры, а также к социальным, культурным, экономическим проблемам и переживаниям общества.

Область применения результатов: Материалы данной работы могут найти свое применение в исследовании различных форм современного искусства, требующих междисциплинарного подхода: использование данных и методов культурологи, социальной психологии, социологии и искусствоведения. Предметом исследований, к примеру, могут стать перформанс, арт-интервенции, паблик-арт, сайт-специфичные скульптуры.

Выводы: Создание граффити и стрит-арта является социальным действием, так как действия райтера/художника соотносятся с действиями других людей, поскольку работы располагаются в общедоступном месте, где осознанно или неосознанно затрагивают других пользователей городского пространства.

Ключевые слова: граффити; стрит-арт; уличное искусство; вандализм; социальное действие.

* © Константинова М. А., 2021.

Graffiti and Street Art: from Artistic Practice to Social Action

Konstantinova Mariya Alekseevna – Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, Department of Advertising and Modern Communications, bachelor, Saint Petersburg, Russia.

Email: 98mk@mail.ru

Abstract

Background: The current understanding of graffiti and street art is not developed in detail. It is customary to consider graffiti and street art as artistic practices, where they are classified either as an act of vandalism and manifestation of deviant behavior, or as modern street art. However, both graffiti and street art are an action that is prohibited by law, but essential within the framework of urban culture.

Results: Graffiti and street art is a social action, which is a system consisting of various elements: subjects or actors of action, objects, means, methods, norms. It is possible to evaluate the actions of writers/artists in the context of their goals, motives and values, but it is more important to define the actions of writers/artists as an important communication tool and a means of drawing attention to cultural phenomena, as well as to social, cultural and economic problems and experiences of society.

Research implications: The materials of this work can be used in the study of various forms of contemporary art that require an interdisciplinary approach: the use of data and methods of cultural studies, social psychology, sociology and art history. The subject of research, for example, can be performance art, art interventions, public art, site-specific sculptures.

Conclusion: The creation of graffiti and street art is a social action, since the actions of the writer/artist correlate with the actions of other people, because the works are located in a public place, where they consciously or unconsciously affect other users of the urban space.

Keywords: graffiti; street art; vandalism; social action.

Одними из самых провокационных, постоянно вызывающих споры, «долгоиграющих» и ныне процветающих направлений в искусстве являются граффити и стрит-арт. В основном эти художественные практики изучаются в рамках таких научных дисциплин, как искусствоведение, социология и психология. Однако в данной статье, ориентированной на культурологическую междисциплинарность, речь пойдет о граффити и стрит-арте как о социокультурном феномене. Нашей задачей будет показать, что граффити и стрит-арт – это в первую очередь социальное действие, совершающееся в городской среде и являющееся неотъемлемой частью городской культуры.

Прежде всего стоит указать, что граффити и стрит-арт – это два разных течения, две разные формы художественного самовыражения. Граффити обращены и понятны узкому кругу лиц, а стрит-арт публичен и рассчитан в том числе на неподготовленного зрителя. Граффити выглядит как писание

собственного тега/знака/эмблемы, то есть как индивидуальная подпись или название команды райтеров, в таких работах нет сюжета. В стрит-арт работах, наоборот, заложен посыл, вызов и прямая ориентированность на публику. Эти два течения схожи лишь в том, что райтеры и художники используют одни и те же инструменты и средства при создании работ, а также общим можно назвать место расположения их работ – это улицы, стены зданий и плоские поверхности строений. Дополнительно стоит разграничить субкультурное направление граффити и графический вандализм, который содержит оскорбления и непристойности в виде рисунков и грубых слов, что является нарушением социального порядка [см.: 1, с. 50]. Для простоты понимания введем следующие обозначения: граффити создает райтер, стрит-арт работы создает художник. Под вандалом, райтером или художником мы будем подразумевать актора или субъекта.

Обратим внимание на то, что в мире уличного искусства не всё так однозначно и данные теоретические обозначения не являются очевидными и общепринятыми. Существует масса известных примеров, когда граффити-райтеры ночью рисуют теги на заброшенных зданиях, а днем оформляют стены креативных пространств, участвуют в выставках и получают премии за вклад в развитие искусства. Например, английский уличный художник Бэнкси, чьи работы в зависимости от принятой ситуации либо застекляют для сохранности сами местные жители или власти города, либо части стен с его стрит-артом выпиливают и продают на аукционах, отдают в музеи, либо же эти работы перекрывают и закрашивают. Этот пример иллюстрирует характерную для граффити и стрит-арт течений социальную направленность, неопределенность и многозначность форм и мотивов.

Невозможно четко категоризировать и обозначить границы понятий граффити и стрит-арта, так как есть влияние, которое исходит со стороны окружающей среды и социального пространства. «Если в социальном пространстве как таковом заложена структурная двойственность (дуальные свойства), то не может быть противоречий пространства: двойственность не означает конфликта, наоборот» [2, с. 342]. То есть стрит-арт и граффити не спорят с городским пространством, а взаимодействуют с ним на социальном и визуальном уровне. Поэтому работы в стиле граффити и стрит-арта одновременно являются и вандализмом (нелегалы), и искусством (формы художественного самовыражения). Дуальность, свойственная уличным работам, где она проявляется либо как искусство, либо как вандализм, выступает фактически в форме двух свойств одного и того же действия.

Как известно, практически в любой городской среде можно обнаружить следы графического вандализма. Прежде всего такая форма активности исходит от молодежи. Как показывают исследования, около 22 % юношей и 29 % подростков (две разные возрастные группы) из нормативной выборки имеют сформированную готовность к вандальным действиям и открыто в этом признаются [см.: 1, с. 244]. В случае с молодежным вандализмом социологи советуют в первую очередь учитывать эту группу населения, именно данному возрасту свойственно проявление специфических графических практик,

сопровожаемых интенсивной коммуникацией друг с другом [см.: 1, с. 245]. Вандальная практика молодежи должна быть принята как практика «обживания» пространства, его присвоения, его деконструкции и реконструкции [см.: 1, с. 248]. Когда же мы говорим про граффити и стрит-арт в более зрелом возрасте, то в большинстве случаев мы имеем дело с профессиональными художниками, чьи работы имеют концепт, передают смысл или сюжет и органично вписываются в городскую среду и в контекст зданий.

Британский социальный психолог Д. Кантер описал классификацию целевых установок человека, побуждающих его к совершению деструктивных действий. Так, мотивами вандального поведения могут быть: месть, гнев, скука, приобретение, исследование, эстетическое переживание, экзистенциальное исследование. Мечь выражается в переживании социальной несправедливости и в несогласии с нормативными средствами восстановления справедливости, которое толкает человека к совершению вандального акта, а гнев является результатом выплеска эмоционального напряжения и попыткой преодолеть фрустрацию или стресс [см.: 1, с. 149–151]. Если мы говорим об осознанном граффити-райтере, то его мотивами не является месть, гнев и скука, так как это никак не соотносится с тем, что райтеры – это, как правило, работающие, занятые люди, и с тем фактом, что существует негласный «кодекс чести райтера». Этот «кодекс» придумали сами райтеры, в нем содержатся негласные правила, которых они должны придерживаться. Так, например, нельзя исполнять граффити на памятниках культуры, на домах, представляющих культурную ценность, а также на мемориальных памятниках. Также мотивом создания граффити не является «исследование» с точки зрения разрушения и по «испытанию» прочности и устойчивости системы [см.: 1, с. 149–151], но является исследованием окружающей среды при поиске места для будущего граффити или стрит-арт работы. По Д. Кантеру, мотивом вандализма является эстетическое переживание, которое выражается как стремление создать, найти прекрасное (с точки зрения вандала), в том числе в акте разрушения или порчи уже существующего физического предмета [см.: 1, с. 149–151]. Так мы рассмотрели один из немногих мотивов, который относится к граффити/стрит-арту. Еще к мотивам вандального поведения относят получение удовольствия и ощущение «драйва», связанные с незаконностью поведения субъекта [см.: 1, с. 149]. В данном случае нарушение правил, риск быть наказанными добавляют эмоций и переживаний индивиду, что также соотносится с мотивами райтера.

Таким образом, создание граффити/стрит-арт и акты вандализма имеют разные целевые установки, мотивы, ценностные ориентиры. Мы не отрицаем, что действия граффити-райтера могут приобретать вандальный характер, но и не забываем, что оценка и определение действий, практик, мотивов и целей граффити-вандализма, граффити и стрит-арта не объективна. Поэтому мы склонны называть подобные практики социальными действиями и очерчивать границы значений, где пограничное состояние феноменов не так важно, как сам факт их неизбежного наличия в городской среде.

Стрит-арт и граффити как социальное действие является инструментом повышения интереса у горожан и пользователей пространства к месту. Например, к зданию, к новому креативному пространству, к жилым комплексам на окраине города, то есть к тем местам, где стрит-арт или граффити являются дополнением к дизайну пространства. Также стрит-арт и граффити как социальное действие являются инструментом привлечения внимания к проблемам общества, связанным с социальными, экономическими, политическими и культурными аспектами. Существует мнение о том, что чем больше политических и социальных проблем в обществе, тем больше количество стрит-арта в городе и тем выше качество исполнения работ. Этому есть объяснение: больше насущных вопросов в обществе и новостей, наполняющих информационное и городское пространство, соответственно больше сюжетов и идей для художника, а вовремя исполненная работа на актуальную тему привлекает внимание СМИ к ее автору. Чтобы работу заметили среди других, она должна быть качественно и концептуально исполнена. Граффити и стрит-арт, являясь социальным действием, выступают неким маркером выделения проблемных зон и мест в городе. Отметим, что райтеры рисуют граффити не с целью нанести ущерб, как многие считают, а с целью, например, указать, что здание аварийное, то есть показать службам, на что нужно обратить внимание. Так, в центре Петербурга можно заметить, что райтеры оставляют теги на зданиях, которые покрыты долгое время строительными лесами и нуждаются в реконструкции. В 2020 году вышел фильм «Трещины», где райтер, известный уличный художник, куратор многих выставок в Санкт-Петербурге М. Има, рассказывая о граффити как о важном социальном явлении в городском пространстве, говорит, что «графффити появляются там, где город даёт трещину, и если трещина пошла, то можно рисовать». Граффити скорее появится на старом, аварийном, неиспользуемом здании/строении, чем на здании в хорошем стоянии. Для райтера/художника важна не только сама работа, но и место ее расположения. Поэтому поиск места предполагает особое взаимодействие райтера/художника с окружающей средой.

Таким образом, рассматривая граффити и стрит-арт как социальное действие мы обнаруживаем важные черты взаимодействия граффити и стрит-арта с городским пространством, которые иллюстрируют необходимость существования этих художественных форм как инструмента коммуникации.

Чтобы понять сложность и многозначность феноменов граффити и стрит-арта, надо рассмотреть характерные особенности, отличающие их от других художественных практик. Это *эфемерность, нелегальность, свобода высказывания и мимикричность*.

1. *Эфемерность* заключается в том, что уличные работы могут быть закрашены в любой момент, даже сразу после появления. Чем недоступнее и интереснее место, тем больше шанс, что работа продержится и ее увидят. Но стены на улицах – это не стены музея, и нет никакой уверенности, что увиденную работу можно будет увидеть еще раз. От этого ценность работ только повышается, и работы подтверждают своеобразную дзеновскую идею о том, что красота мимолетна [см.: 3, с. 188].

2. *Нелегальность* проявляется в том, что уличные художники/райтеры за любое свое творчество, которое создается незаконно, то есть без согласия владельцев недвижимости или администрации города, могут быть привлечены к административной или уголовной ответственности.

3. *Свобода высказывания и расположения* выражается в том, что работы располагаются на улице, то есть в общественном месте, в бесплатном для зрителя пространстве. Стрит-арт в основном украшает стены креативных кластеров и заведений популярных среди молодежи, но работы стрит-арт художников имеют также социальный и политический подтекст. В этом случае высказывание приобретает в какой-то мере бунтарский посыл, например, для привлечения СМИ к проблемам общества. Писатель и исследователь культуры уличных художников С. Армстронг описывает в своей книге группы ситуационистов Парижа 1968 года, которые занимались провокационными интервенциями, рисовали граффити на стенах с целью преобразить повседневность художественными средствами и выступали в союзе с оппозицией с целью протеста и критики капитализма и буржуазного общества [см.: 3, с. 53–54]. Данный пример иллюстрирует, что граффити может перейти в форму вандализма и быть инструментом для выстраивания диалога с властью. Граффити и стрит-арт – это бесцензурное и свободное во всех смыслах искусство. Стоит вспомнить, что в Екатеринбурге ежегодно проходит международный фестиваль уличного искусства «Стенограффия», где художники законно рисуют на стенах зданий и площадках, предоставленных им организаторами фестиваля и администрацией города. Но на фоне официального фестиваля в это же время в городе проходит независимый, самоорганизованный уличными художниками фестиваль «Карт-бланш», в котором принимают участие известные художники и райтеры со всей страны, и работы создаются нелегально и без согласования с властями. Данный пример показывает то, как художники борются за идею независимости уличного искусства от институций и их правил.

4. *Мимикричность* заключается в том, что райтер/художник должен быстро, незаметно и не привлекая к себе внимание правоохранительных органов нарисовать граффити/стрит-арт. При этом своей работой райтер/художник хочет выделиться и заявить о себе. Речь идет не о процессе мимикрии, а лишь о её характерных особенностях, когда происходит приспособление к среде. Райтер, визуально сливаясь с городом, становясь незаметным, умело преображает своими работами социальное пространство серых стен и заброшенных конструкций.

Таким образом, в совокупности все эти четыре признака являются важными специфическими характеристиками, отличающими стрит-арт и граффити от других художественных практик. Еще одна особенность заключена в уникальных условиях создания граффити и стрит-арт работ, где важное место занимает окружающая материальная среда. В отличие от классического представления о процессе создания работ, при котором художник работает один на один с полотном, райтер или уличный художник работает один на один с поверхностью, но в общей для всех среде. Выше уже

был затронут вопрос о важности места расположения работы райтером/художником в городской среде. Поэтому отметим только, что поиск места предполагает особое взаимодействие райтера/художника с окружающей средой.

По мнению американских исследователей социальных отношений И. Альтмана и А. Вестин и отечественного автора работ по социологии и психологии А. В. Бурмистровой, человек устанавливает определенные типы ценностных отношений с окружающей средой: уединение, интимность, анонимность, творчество и сдержанность [см.: 1, с. 249]. Данные типы интересны для нашего исследования в аспекте взаимоотношения райтера/художника с городским пространством.

1. *Уединение* подразумевает полный отказ от взаимодействия с социальным окружением, поиск пространства, где человек может остаться наедине со средой [см.: 1, с. 249]. Данный тип иллюстрирует тот факт, что много граффити и стрит-арта располагается на заброшенных территориях, зданиях, в труднодоступных местах, в локациях, где малоллюдно или нет посторонних лиц.

2. *Интимность* наблюдается как стремление к приватному общению с небольшой группой людей, то есть «своей компанией», когда взаимодействие со средой регулируется группой [см.: 1, с. 249]. В граффити под «своей компанией» подразумевают объединение райтеров, которые общаются между собой, зачастую совместно занимаются поиском «спота», то есть поиском места под граффити. Существуют и объединения райтеров в команду, которой принадлежит определенный тег. В таком случае работы выполняются всегда командой. Граффити – это язык, который понятен далеко не всем. Райтеры легко «считывают» и понимают теги других райтеров. В граффити есть такая практика, когда райтеры договариваются между собой о месте, где будут создавать граффити и о стилистических элементах – например, об оформлении своих работ в одной цветовой гамме, используя несколько основных цветов. Если мы говорим про стрит-арт, то такие работы, как правило, выполняются в одиночку, но бывает, что художники объединяются и создают совместные работы и муралы. Мурал – большая уличная композиция, выполненная красками или баллончиками. В целом в граффити больше внутренних коммуникаций, поэтому это течение более закрытое, чем стрит-арт.

3. *Анонимность* создается при большом скоплении людей в общественных местах, при котором личность самого субъекта остается неузнанной, а его действия остаются неидентифицированными. В данном типе взаимодействия со средой человек воспринимает ее как «зону маскировки своих действий» [1, с. 249]. Так райтер при помощи надписи маркером или стикера с небывалой легкостью и быстротой может оставить свой тег в любом месте, где есть социальное окружение, и будет неузнанным в силу скорости и маскировки своих действий.

4. *Творчество* проявляется в созидательной позиции по отношению к окружающей среде, когда человек готов ее преобразовывать как в плане изменения характера и круга социального взаимодействия, так и в

материальном отношении [см.: 1, с. 249]. Данный тип не нуждается в иллюстрации, так как является одной из первостепенных ценностных ориентаций и мотивом создания уличных работ райтерами/художниками.

5. *Сдержанность* предполагает создание психологического барьера между личностью и окружающей ее средой. В данном случае личность положительно настроена на взаимодействие со средой, но может резко или агрессивно отреагировать на вторжение со стороны среды в регуляцию ее поведения (на предписания, запреты) [см.: 1, с. 249]. Данный тип сложно соотнести со стрит-артом, поскольку поведение художника не предполагает сдержанности или агрессии. Графический вандализм предполагает подобную мотивацию совершения вандальных актов – например, мстительный вандализм или идеологический вандализм, где целевые установки актора – это месть и гнев [см.: 1, с. 146–149].

Если мы посмотрим на эти типы в контексте взаимодействия райтера/художника с окружающей средой, то становится понятно, что все они схожи с отличительными особенностями стрит-арта и граффити, которые были ранее приведены нами в тексте статьи. Мимикричность райтера/художника связана стремя типами ценностных отношений: уединением и интимностью, где субъект стремится к личному общению в среде с небольшой группой людей, или к полному отказу от взаимодействия с окружением. Мимикричность связана также с анонимностью и проявляется в действиях субъекта, когда при большом скоплении людей он остается неидентифицированным. Эфемерность и свобода расположения работ соотносится с творчеством, где проявляется преобразующая функция действий субъекта.

Все эти примеры иллюстрируют социальную сущность граффити и стрит-арта. Граффити и стрит-арт – это диалог, диалог с городской средой, с городскими службами, с жителями города. Граффити-райтеры, представители субкультур ставят своей целью коммуникацию: внутреннюю – между собой и внутри сообщества, и внешнюю – с общественным и городским пространством. Работы, совершенные в общественных местах, всегда подразумевают изменения, которые затронут других пользователей общественного пространства. Графический вандализм у молодого поколения является одновременно и нормой, и девиацией. В целом графические практики, маркируемые вандализмом или искусством, граффити или стрит-артом – это осознанные практики, направленные на разрушение или преобразование, которые указывают на несогласие с чем-либо или, наоборот, констатацию чего-либо в общественной жизни.

Итак, рассмотрев понятийное значение феноменов граффити и стрит-арта и их особенности, перейдем к главному объяснению и ответу на вопрос: почему граффити и стрит-арт являются социальным действием? По мнению немецкого социолога и философа М. Вебера, социальное действие – это «действие, которое по предполагаемому действующим лицом или действующими лицами смыслу соотносится с действием других людей и ориентируется на него» [4, с. 602–603]. Соответственно, социальное действие отличается некоторыми

признаками, делающими его социальным и отличным от просто действия. Оно ориентировано на других людей и обладает смыслом для того, кто его совершает, где смысл – это определенное представление о том, для чего или почему это действие совершается, его осознанность и направленность. Когда райтер/художник создает работу в общественном пространстве, где есть другие пользователи этого пространства, то его действия так или иначе коснутся других пользователей этим пространством, даже если сам художник/райтер ориентируется только на свои цели и мотивации. Поэтому действия по созданию граффити/стрит-арта заведомо соотносятся с действиями других людей. Если принять во внимание последующее объяснение М. Вебера, где *социальным* действие будет лишь при взаимодействии двух и более субъектов, то в этом случае существуют примеры, иллюстрирующие такие условия.

Для этого обратимся к концепции немецкого социолога Ю. Хабермаса, который занимался разработкой собственной теории социального действия, где описывает четыре типа социального действия: стратегическое, нормативное, драматургическое, коммуникативное. Посмотрим, как граффити и стрит-арт соотносятся со всеми четырьмя типами социального действия, и проиллюстрируем взаимодействия райтера/художника с другими пользователями городского пространства.

За основу *драматургического* действия Ю. Хабермас берет понятие американского социолога И. Гофмана, где под драматургическим действием понимается самовыражение и самопрезентация человека, то есть некая игра и действие по представлению самого себя окружающим [см.: 5, с. 45–46]. Если рассмотреть тег райтера, где нет никакого сюжета, все сфокусировано на индивидуальном имени, то становится понятно, что в мотивационной зависимости райтера есть фокусирование на драматическом действии, где тег – это и есть самопрезентация.

Коммуникативное действие относится к взаимодействию как минимум двух субъектов, которые стремятся к взаимопониманию и согласию по поводу самой ситуации действия [см.: 6, с. 200–202]. В граффити, как и в стрит-арте, есть множество различных практик, когда два и более субъекта взаимодействуют между собой – например, когда райтеры/художники оформляют совместную работу, которая выполняется по договоренности, выбирается конкретное время, место и цвет оформления работ. Если заказчик нанимает художника выполнить работу, происходит согласование условий между двумя субъектами взаимодействия. Примером коммуникации райтера с городским пространством, где есть два и более субъекта взаимодействия, будет «диалог» райтеров с городскими службами. В субкультуре граффити существует такой термин, как «бафф» – это стирание, соскребание или закрашивание граффити городскими службами [см.: 3, с. 95]. Баффить – это значит закрашивать работы райтеров, нанося материальной поверхности ничуть не меньший визуальный ущерб. На месте закрашенных граффити спустя некоторое время появляются новые работы, которые снова закрашивают, и так может происходить многократно. Закраска граффити не останавливает райтера, а еще больше провоцирует использовать работу бафферов (коммунальных

служб) как фон для новых тегов. Например, есть так называемые «злачные» места у райтеров, где поверхность стен ровная, а место является видовым. Так как райтеру в виду «кодекса райтера» нежелательно рисовать свою работу поверх чужой, то он может дожидаться действия коммунальных служб, которые закрасят чужую работу, и уже поверх баффа исполнить свою. Эти и другие примеры, которые были описаны нами выше, где помимо субъекта художника/райтера имеются другие субъекты в общем поле их взаимодействия (например, когда выполняются совместные работы), подтверждают идею о социальном действии.

Третий тип социального действия, по Ю. Хабермасу, – это *нормативное*. Данное действие заключается в том, что участники предполагают объективные последствия своих действий с точки зрения принятых норм [см.: 6, с. 170–176]. Участники действия ожидают определённого поведения, основанного на нормах и ценностях [см.: 5, с. 38]. Как уже было отмечено, райтеру известно, какое наказание ему последует в случае задержания в зависимости от выбора места создания работы. И если райтер не раз имел дело с полицией, то заведомо знает, какое поведение будет у органов власти. Также под нормативностью мы можем рассмотреть негласный «кодекс чести райтера», который должен соблюдаться уважающими себя райтерами и теми, кто создает графические работы в городской среде. Помимо того, что нельзя рисовать на памятниках культуры, райтеру не следует навязывать людям собственные художественные пристрастия, в частности, исполнять граффити на стенах жилых домов и машинах. Не стоит «перекрывать куски», то есть писать теги на чужих работах и именах других райтеров, если рядом есть свободное место. Следует заботиться о природе, и после завершения работы убирать за собой. Следовательно, действия райтера или уличного художника, с одной стороны, регулируются неосознанно, а с другой – осознанно нормами и ценностями, принятыми в обществе – в частности, в уличной культуре.

Стратегическое действие, по Ю. Хабермасу, – это действие, направленное на достижение целей с учётом поведения, средств, целей и ожиданий одного или более индивидов, где человек выбирает наиболее эффективный способ достижения собственной цели [см.: 6, с. 225–230]. Один участник действия может воздействовать на другого эмпирически, угрожая применением санкций или описывая перспективы вознаграждения. Райтер ставит перед собой цели и достигает их, но он при этом крайне независим от других людей и общества, ему не важно, что о нем подумают и в достижении цели ему не нужны другие люди. Исключение составляет ситуация, в которой может оказаться райтер, если будет иметь какие-либо отношения с полицией. В стрит-арт среде существует такая практика, когда художников нанимают для росписи стен различных городских заведений, креативных кластеров, отелей и т. д. Такие работы художников среди райтеров называются «оформилровкой», то есть оформленные под заказ. Следовательно, если мы рассматриваем в качестве субъекта заказчика, например, администрацию города, то в данном случае достижение цели происходит с учетом целей субъекта (художника). Они должны прийти к какому-то согласию по поводу оформления.

Таким образом, на основе теории Ю. Хабермаса, выделившего четыре типа социального действия, которые были нами проиллюстрированы примерами и практиками райтеров и уличных художников, мы можем утверждать, что граффити и стрит-арт в зависимости от условий определения ситуации их создания – это разные типы социальных действий.

Любое действие художников/райтеров представляет собой систему. Так, американский социолог Т. Парсонс считает, что действие, которое представляет собой систему, имеет элементы: субъект действия, объект действия, средства и методы действия, цели и мотивы, результат действия. Субъектом действия является актер, то есть воздействующий индивид или коллектив (какая-то общность людей). Объектом действия может быть другой актер – это индивид или коллектив, на который направлено действие. Ситуации действий могут быть дифференцированы по классам социальных объектов (индивидов или коллективов) и несоциальных (физических или культурных) объектов [см.: 7, с. 208]. Так, например, стрит-арт художник – это субъект, а объект – это будущий зритель, который увидит работу, или прохожий, который во время создания работы взаимодействует с художником, ведет с ним диалог или как-то критикует его работу.

Каждое действие есть действие актора, и оно будет иметь место в ситуации, состоящей из объектов. У каждого актора есть система его отношений к объектам, то есть «система его ориентаций», где объектами могут быть целевые объекты, запасы, средства, условия, препятствия или символы. Так, у каждого уличного художника помимо главного целевого объекта есть ряд других объектов, которые составляют его систему ориентаций.

Т. Парсонс разделяет ориентации актора на ряд элементов – это мотивационные ориентации (представления, желания, планы) и категория элементов ценностной ориентации (когнитивные, эстетические и моральные стандарты) [см.: 7, с. 209]. Следовательно, всякий раз, когда художник будет выбирать что-то из категорий – в частности, место работы или ее сюжет – его ценностные ориентации могут обеспечить ему определенные нормы, которые будут руководить им в этом выборе. Так, например, в отличие от граффити, такие формы современного искусства, как стрит-арт, перформативные практики, паблик-арт изначально рассчитаны на коммуникацию со зрителем. Стрит-арт ориентирован на взаимоотношение и диалог с публикой, а в работах заложено высказывание, посыл и вызов, где вызов нуждается в ответной реакции зрителя. Тут важным становится то, как интерпретируется социальное действие (стрит-арт) людьми, сообществами и социальными институтами. Например, через СМИ люди получают уже готовую оценку уличных работ. Стрит-арт работы концептуальны. Зачастую работы художников критикуют окружающую действительность, подчеркивают проблемы общества, то есть исполняются на актуальные темы, что провоцирует их публикацию в СМИ. СМИ являются одними из популяризаторов мнений об уличном искусстве, но они не всегда объективны и точны в употреблении терминологии уличного искусства, что приводит к негативному восприятию графических работ публикой. Иначе говоря, стрит-арт вызывает больше реакций и интерпретаций

в публичном поле новостей, чем граффити, поскольку стрит-арт изначально – социально ориентированное искусство.

У Т. Парсонса проблематика социального действия связана с нормативностью, когда действие зависит от общепринятых ценностей и норм, и с волей субъекта, обеспечивающей некую независимость от окружающей среды [см.: 7, с. 15]. М. Вебер считает, что действующее лицо соотносит свои действия с действиями других людей. Ю. Хабермас выделял нормативное действие, где участники предполагают объективные последствия своих действий с точки зрения принятых норм. Поскольку за свои действия в зависимости от места работы райтер может понести наказание от административного штрафа до уголовной ответственности. Следовательно, в тот период, когда райтер продумывает, где расположить работу, он соотносит свои действия с нормами. К тому же нами ранее уже был приведен пример, иллюстрирующий нормативность в субкультуре райтеров – это негласный «кодекс чести», где есть нормы, которые корректируют действия райтера/художника, если он их соблюдает.

В социальном действии человека всегда присутствует субъективное осознание его элементов, а именно понимание целей, средств и мотивов и ориентация на других людей, которую М. Вебер называет «ожиданием» [см.: 4, с. 13]. Нужно принять во внимание, что оценка и определение ситуации, в которой приходится действовать, у участников акта может быть разная, а определение ситуации может включать в действие совершенно разные мотивы. Отметим, что после создания граффити или стрит-арта субъекту свойственно публиковать фотографии своих работ в социальных сетях, где они интерпретируются, обсуждаются, пересылаются, ими делятся другие пользователи. Так, выставление фотографий в публичное информационное поле подразумевает акт социальной направленности и ориентированность на публику. Стоит уточнить, что трудность при определении действия заключается в том, что у райтеров и художников исследования городских сообществ могут иметь разные, отличные друг от друга определения мотивов, целей и т. д.

Таким образом, взятое за основу представление о социальном действии М. Вебера позволяет продемонстрировать, что создание граффити и стрит-арта является социальным действием. Если принять во внимание объяснение М. Вебера, что социальным действие будет лишь во взаимодействии двух и более субъектов, то в этом случае граффити или стрит-арт также будет социальным действием, но в большей или меньшей степени в зависимости от периода создания работы, факторов, условий и вовлеченности других участников и пользователей пространства. Из работы Т. Парсонса «О структуре социального действия» можно понять, что действия уличного художника/райтера представляет собой систему, которую можно разложить на элементы, где есть субъекты и (или) акторы действия, объекты, средства и методы действия и нормы. Благодаря теории Ю. Хабермаса, в которой он выделяет четыре типа социального действия, нами было обнаружено, что

практики по созданию граффити и стрит-арта являются разными типами социальных действий.

Исследование этой темы заставляет по-новому взглянуть на столь многозначные и заметные визуальные формы самовыражения, как граффити и стрит-арт, которые затрагивают важные культурологические и социологические аспекты, проблемы и переживания общества. Граффити и стрит-арт – отличные друг от друга течения, но, будучи созданными в одних и тех же условиях, то есть в городской окружающей среде, где есть множество маркеров и установок, и то, и другое является социальным действием. Эти действия являются социальными, так как они соотносятся с действиями других людей, поскольку работы располагаются в общедоступном месте, и осознанно или неосознанно затрагивают других пользователей городского пространства. Исследование проблематики граффити и стрит-арта делает понятным, что важно рассматривать действие райтера или художника как инструмент коммуникации и средство привлечения внимания к социальным, культурным и экономическим проблемам общества и явлениям культуры.

Список литературы

1. Армстронг С. Стрит-арт. – М: Ад Маргинем Пресс; ABSdesign, 2019. – 176 с.
2. Лефевр А. Производство пространства. – М.: Strelka Press, 2015. – 432 с.
3. Воробьева И. В., Кружкова О. В. Психология вандального поведения: монография. – Екатеринбург, 2014. – 322 с.
4. Вебер М. Основные социологические понятия // Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – С. 602–643.
5. Вербилович О. Теория коммуникативного действия: ключевые категории и познавательный потенциал // Публичная сфера: теория, методология, кейс-стади: коллективная монография / под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой и П. В. Романова. – М.: Вариант, 2013. – С. 35–52.
6. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2000. – 380 с.
7. Парсонс Т. О структуре социального действия. – М.: Академический Проект, 2000. – 880 с.

References

1. Armstrong S. Street Art [*Strit-art*]. Moscow: Ad Marginem Press; ABSdesign, 2019, 176 p.
2. Lefebvre H. The Production of Space [*Proizvodstvo prostranstva*]. Moscow: Strelka Press, 2015, 432 p.
3. Vorobyeva I. V., Kruzhkova O. V. Psychology of Vandal Behavior [*Psihologiya vandalnogo povedeniya*]. Yekaterinburg, 2014, 322 p.
4. Weber M. Basic Concepts in Sociology [*Osnovnye sotsiologicheskie ponyatiya*]. *Izbrannye proizvedeniya* (Selected Works). Moscow: Progress, 1990, pp. 602–643.

5. Verbilovich O. The Theory of Communicative Action: Key Categories and Cognitive Potential [Teoriya kommunikativnogo deystviya: klyuchevye kategorii i poznavatelnyy potentsial]. *Publichnaya sfera: teoriya, metodologiya, keis stadi* [Public Sphere: Theory, Methodology, Case Study]. Moscow: Variant, 2013, pp. 35–52.

6. Habermas J. Moral Consciousness and Communicative Action [*Moralnoe soznanie i kommunikativnoe dejstvie*]. Saint Petersburg: Nauka, 2000, 380 p.

7. Parsons T. The Structure of Social Action [*O strukture sotsialnogo deystviya*]. Moscow: Akademicheskii Proekt, 2000, 880 p.

ОБЪЯВЛЕНИЯ

Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения
Институт философии НАН Беларуси
Санкт-Петербургский государственный технологический институт
(Технический университет)
Сетевой журнал «Философия и гуманитарные науки в информационном обществе»

18–20 ноября 2021 года

ДЕВЯТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ФИЛОСОФИЯ И КУЛЬТУРА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА»

ПЕРВОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

Уважаемые коллеги!

18–20 ноября 2021 года Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения совместно с Институтом философии НАН Беларуси, Санкт-Петербургским государственным технологическим институтом (Техническим университетом) и сетевым журналом «Философия и гуманитарные науки в информационном обществе» проводит **Девятую международную научно-практическую конференцию «Философия и культура информационного общества»**. Задача конференции – изучение опыта исследования современного общества, философских, культурологических, социологических, политологических и психологических аспектов теории постиндустриального (информационного) общества, её оценка с позиций философского материализма.

Планируется провести конференцию **в очном формате**. Возможно также **заочное участие** с публикацией тезисов. Формат конференции может быть изменён в случае ухудшения эпидемиологической обстановки.

Предполагается затронуть широкий круг проблем:

- мир до COVID-19 и после: пандемия и реальности информационного общества;
- новый взгляд на фундаментальные проблемы философии – концепции материи (бытия), развития и человека – в эпоху информационного общества;
- роль историко-философских и историко-культурных традиций в решении проблем современного общества;
- развитие философии в России и в Китае: традиции и взаимодействие;
- русская философия и проблемы информационного общества;

- политика и геополитика в информационном обществе;
- компьютерная техника, информационные технологии, кибернетическая картина мира и их влияние на общественное развитие;
- изменения в культуре и искусстве информационного общества;
- современные проблемы развития науки и образования.
- творчество в условиях информационного общества;
- человеческое творчество и эвристики искусственного интеллекта.

Планируются пленарное заседание, круглый стол, а также работа следующих секций (список секций может быть изменён и дополнен в соответствии с предложениями участников конференции):

1. **Философия в информационном обществе** (руководитель – доктор философских наук, профессор Орлов С. В., Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения).

2. **Русская и китайская философия: общие традиции и различия** (руководитель – доктор экономических наук, профессор Лосев К. В., Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения).

3. **Эстезис и логос в горизонте современности** (руководитель – кандидат философских наук, доцент Зайцев И. Н., Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения).

4. **Политика и геополитика эпохи информационного общества** (руководитель – Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, доктор социологических наук, профессор Исаев Б. А., Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения).

5. **Междисциплинарные исследования культуры в эпоху информационного общества** (руководители – доктор исторических наук, профессор Смирнова Т. М., кандидат культурологи, доцент Выжлецова Н. В., Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения).

6. **Наука и русская философия: человек, информация, космос** (руководители – доктор философских наук, доцент Коробкова С. Н., кандидат философских наук, доцент Коломийцев С. Ю., Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения).

7. **Современное образование: философия, психология, педагогика** (руководитель – кандидат педагогических наук, доцент Дмитренко Н. А., директор учебно-лингвистического центра Университета ИТМО).

8. **Информационные технологии в современном обучении в вузе: позитивное и негативное** (руководитель – кандидат философских наук, доцент Быданов В. Е., заведующий кафедрой философии Санкт-Петербургского государственного технологического института (Технического университета)).

Предполагается издание сборника тезисов докладов и выступлений и размещение его в системе РИНЦ. Тезисы должны кратко выражать основные идеи доклада. Правила оформления тезисов:

– объём – до 10 000 знаков с учётом пробелов, заглавия, аннотации, списка литературы, информации об авторе и пр.;

– желательно применять следующее форматирование: шрифт – Arial, размер – 8 (заголовки – 10, буквы заглавные), формат листа – А5, боковые поля – 1,7 см, верхнее поле – 1,5 см, нижнее поле – 2 см, красная строка в основном тексте – 0,5 см, информация перед текстом – без красной строки, выравнивание основного текста по ширине, включена расстановка переносов, интервал – обычный, смещение – нет, отступы от полей – 0 см, междустрочные интервалы перед и после абзаца – 0 пт, междустрочный интервал – одинарный;

– между сокращениями, инициалами, после цифр в библиографическом списке и т. п. ставится неразрывный пробел (Shift + Ctrl + пробел);

– в случае наличия рисунков они должны быть присланы отдельными файлами в формате *.ai (Adobe Illustrator);

– в библиографическом списке для каждого источника (кроме электронного), должны быть указаны полные данные: город, издательство, год, общее число страниц;

– ссылки в тексте даются в квадратных скобках, для цитат должен быть указан номер страницы (см. пример);

– имя файла должно начинаться с фамилии и инициалов автора;

– статья должна быть оформлена аккуратно и написана грамотным языком.

Шаблон для оформления статей можно скачать [по ссылке](#).

Пример оформления тезисов и библиографического списка:

Иванов Пётр Петрович

доктор философских наук, профессор

Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения

Email: ivanov@rambler.ru

ФИЛОСОФИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ

Аннотация. Попытки теоретически осмыслить информационное общество постоянно наталкиваются на необходимость решения новых фундаментальных философских проблем, порожденных этой эпохой.

Ключевые слова: информационное общество, труд.

Ivanov Petr Petrovich

Doctor of Philosophy, Professor

Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation

THE PHILOSOPHY OF INFORMATION SOCIETY AS A RESEARCH PROJECT

Abstract. The attempts to understand information society always result in some new philosophical problems, the modern stage of civilization development causes.

Keywords: Information society, labour.

Вопрос об изменениях природы человеческого труда в информационную эпоху остаётся спорным [см.: 1]. Компьютерный труд пытаются охарактеризовать как современную форму всеобщего труда, возникновение которого было замечено еще К. Марксом [см.: 2]. Тем не менее вопрос о природе труда в информационную эпоху ещё далек от своего решения, а его «...проявления творческого потенциала человека чрезвычайно разнообразны» [3, с. 19].

Библиографический список

1. Басалаева О. Г. К вопросу об антропологическом будущем НБИКС-общества // Информационное общество. – 2018. – № 1. – С. 19–24.
2. Васильева Т. С. Философия экономики: монография. – Пермь: ПГНИУ, 2013. – 268 с.
3. Вольфрам С. Распутывая историю Ады Лавлейс. URL: <https://habr.com/ru/company/wolfram/blog/303552/> (дата обращения: 10.10.2019).

Заявки на участие в конференции и тезисы выступлений просим высылать до **10 октября 2021 г.** одновременно на две электронные почты:
orlov5508 @ rambler.ru – Орлову Сергею Владимировичу,
kolomiytsev @ yandex.ru – Коломийцеву Сергею Юрьевичу.

Форма заявки в оргкомитет научно-практической конференции.

- 1) Название доклада
- 2) Фамилия, имя, отчество.
- 3) Учёная степень и ученое звание.
- 4) Место работы и должность.
- 5) Электронный адрес и контактный телефон.
- 6) Требуется ли место в общежитии на время проведения конференции?
- 7) Требуется ли официальное приглашение?
- 8) Требуется ли сертификат участника?

Статьи, подготовленные на основе материалов конференции, могут быть размещены до или после её проведения в сетевом журнале «**Философия и гуманитарные науки в информационном обществе**» (входит в РИНЦ, доменное имя сайта в интернете: www.fikio.ru, адрес для переписки: orlov5508 @ rambler.ru), главным редактором которого является заместитель председателя оргкомитета конференции С. В. Орлов. Правила оформления статей указаны на сайте журнала: http://fikio.ru/?page_id=85.

Приглашения на конференцию будут высланы её участникам электронной почтой до **30 октября 2021 г.** Для иногородних участников дата заезда – **17 ноября 2021 г.** Всем иногородним участникам при необходимости могут быть предоставлены гостевые места в студенческих общежитиях ГУАП или в хостеле. Также можем рекомендовать проживание в гостинице «Россия», которая находится недалеко от места проведения конференции (в этом случае бронирование номера производится участником самостоятельно).

Контактные данные:

Орлов Сергей Владимирович, +7-921-390-31-82, orlov5508 @ rambler.ru;
Коломийцев Сергей Юрьевич, +7-911-158-47-55, kolomiytsev @ yandex.ru.

С уважением,

заместитель председателя оргкомитета, декан гуманитарного факультета ГУАП, доктор экономических наук, профессор Лосев Константин Викторович,
заместитель председателя оргкомитета, профессор кафедры истории и философии ГУАП, доктор философских наук, профессор Орлов Сергей Владимирович,

учёный секретарь оргкомитета, кандидат философских наук, доцент кафедры истории и философии ГУАП Коломийцев Сергей Юрьевич.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

Требования к оформлению статей

Журнал оформляется в соответствии с требованиями ВАК к ведущим научным изданиям и с требованиями крупнейшей зарубежной базы данных SCOPUS. Аналитическая база данных SCOPUS позволяет наладить обмен информацией между ведущими научными журналами мира, вычислять индекс цитирования учёных. Шаблон для оформления статьи можно скачать по ссылке: [шаблон](#). Более подробная информация о требованиях приводится ниже.

1) Редакция рецензируемого научного сетевого журнала «Философия и гуманитарные науки в информационном обществе» принимает материалы объёмом, как правило, до 80 000 знаков (2 а. л.). Материалы, размещённые в электронном журнале, считаются опубликованными и являются объектами авторского права. Редакция журнала не принимает статьи, опубликованные ранее или находящиеся на рассмотрении в других журналах, а публикуемая статья должна обладать научной новизной и актуальностью. При повторном опубликовании материалов в других изданиях ссылка на журнал «Философия и гуманитарные науки в информационном обществе» обязательна. Все материалы, представленные для публикации в Журнале, подлежат рецензированию. Рецензирование может осуществляться в двух формах: внешнее (сопроводительная рецензия-рекомендация к материалу, представленному для публикации в Журнале) и внутреннее (организуется Редакционной коллегией Журнала). Внешнее рецензирование является обязательным для материалов, представленных аспирантами или соискателями учёной степени кандидата наук; к таким материалам должен прилагаться отсканированный отзыв-рекомендация научного руководителя, заверенный подписью и печатью организации. Статьи аспирантов принимаются, как правило, в соавторстве с научным руководителем, в таком случае внешняя рецензия не требуется. Внутреннее рецензирование осуществляется в течение двух недель с момента получения статьи. Подписанный рецензентом и заверенный печатью оригинал рецензии хранится в редакции три года; автору рецензируемых материалов по его запросу предоставляется возможность ознакомиться с текстом рецензии.

Плата за публикации с авторов не взимается. Авторское вознаграждение не выплачивается. Точка зрения членов редакционной коллегии может не совпадать с точкой зрения авторов статей. Редакторы имеют право вносить в статьи исправления, не меняющие их смысл.

2) Основной текст:

- формат листа – А4, ориентация – книжная
- формат файла – doc или rtf

- шрифт – Times New Roman
- масштаб – 100%
- интервал – обычный
- смещение – нет
- отступы от полей – 0 см
- междустрочные интервалы перед и после абзаца – 0 пт
- междустрочный интервал – одинарный
- размер шрифта – 14 пт
- поля – по 2,0 см со всех сторон
- абзацный отступ – 1,25 см

3) Перед статьёй указываются:

Сначала слева пишется индекс УДК. Ниже приводится заголовок (размер шрифта 16, полужирный, выравнивание по центру). Точка в конце заголовка не ставится. Ниже слева – ФИО авторов полностью. Далее для каждого автора: полное название организации (не аббревиатура), место работы в именительном падеже, должность, учёная степень, звание, город, страна. Ниже справа указываются электронная почта, ниже – коды автора (при наличии): SPIN, ResearcherID, ORCID, ScopusID. Далее приводятся авторское резюме (обычно 100-250 слов – подробнее см. пункт 7) и ключевые слова, разделяющиеся точкой с запятой. Данная информация, кроме УДК и кодов автора, приводится сначала на русском, потом – на английском языках.

4) Примечания оформляются в виде постраничных сносок 10 шрифтом.

5) Список литературы в конце статьи оформляется в двух вариантах: русском и английском. Русский вариант должен быть выполнен в соответствии с ГОСТ 7.1–2003 и ГОСТ 7.32–2017. Английский вариант должен быть выполнен в соответствии с иностранным стандартом, принимаемым аналитической базой данных SCOPUS.

При оформлении списка литературы следует обратить внимание на некоторые особенности. Необходимо указывать всех авторов издания, не ограничиваясь тремя или четырьмя, для того, чтобы они все учитывались в аналитической системе. Запятая между фамилией автора и инициалами не ставится. В английском варианте списка литературы для разделения информации должны использоваться только знаки «.», «,» и «:». Знаки «–», «/», «//» не применяются.

При написании названия русской книги, статьи, журнала, конференции и т. п. на английском языке желательно использовать общепринятый перевод, если таковой существует (например, роман Н. Г. Чернышевского в английском переводе называется «What Is to Be Done?», а не «What to Do?»). Использование сокращений нежелательно (например, правильное написать не «J Clin Endocrinol», а «Journal of Clinical Endocrinology & Metabolism»). Пожалуйста, сверяйтесь с официальными сайтами конференций, РИНЦ, англоязычной

Википедией и другими источниками, которые могут содержать англоязычные названия.

Помните, что в любом случае, даже если у Вас возникает вопрос по оформлению документа, например, потому что он не подходит ни под один из рассмотренных ниже вариантов, главное, что должно быть понятно иностранному читателю, не знакомому с русским языком, – это авторы и источник. Транслитерация обязательно должна сопровождаться переводом.

Правила транслитерации для оформления списка литературы:

а	б	в	г	д	е	ё	ж	з	и	й	к	л	м	н	о	п	р	с	т	у	ф	х	ц	ч	ш	щ	ъ	ы	ь	э	ю	я
a	b	v	g	d	e	e	zh	z	i	y	k	l	m	n	o	p	r	s	t	u	f	kh	ts	ch	sh	sch		y		e	yu	ya

Для помощи в транслитерации рекомендуем воспользоваться сайтом <https://translit.ru>: в поле «мой транслит» в окошке в верхнем правом углу ввести номер настроек 45848 и нажать кнопку «Войти» (при переходе по приведённой гиперссылке данные настройки загружаются автоматически), ввести в основное окно текст на русском языке, нажать на кнопку «В транслит» и получить необходимый текст.

Русские имена можно транслитерировать либо по приведённым правилам (например, «Ivanov», «Orlov»), либо по другим, если их иное написание является более распространённым и встречается в англоязычных источниках или документах автора (например, «Sergei» вместо «Sergey», «Ignatyev» вместо «Ignatev»). Иностранные фамилии должны писаться в общепринятой европейской форме (например, «Agazzi», а не «Agatstsi», «Marx», а не «Marks»).

Обратите внимание, что по правилам русского языка в заголовках только первое слово пишется с заглавной буквы, а по правилам английского языка с заглавной буквы пишутся все значащие слова (то есть все слова, кроме артиклей, сочинительных союзов, коротких предлогов и частиц).

При составлении списка литературы желательно не пользоваться автоматической нумерацией, а проставлять цифры вручную.

Шаблон для описания книги в русском варианте:

Имена авторов (если присутствуют в описании). Название книги. – Город: Издательство, год. – количество страниц.

Примеры:

Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Academia, 1999. – 956 с.

Орлов В. В., Васильева Т. С. Философия экономики. – Пермь: Издательство Пермского университета, 2005. – 264 с.

Соединение достижений НТР с преимуществами социализма. – М.: Мысль, 1977. – 190 с.

Шаблон для описания книги в английском варианте:

Имена авторов (если присутствуют в описании). Название книги на английском языке [*Транслитерированное название книги курсивом*]. Город: Издательство, год, страницы.

Примеры:

Bell D. The Coming of Post-industrial Society: A Venture of Social Forecasting [*Gryadushee postindustrialnoe obschestvo. Opyt sotsialnogo prognozirovaniya*]. Moscow: Academia, 1999, 956 p.

Connection of Achievements of a Scientific and Technological Revolution with the Advantages of Socialism [*Soedinenie dostizheniy NTR s preimuschestvami sotsializma*]. Moscow: Mysl, 1977, 190 p.

Orlov V. V., Vasileva T. S. Philosophy of Economics [*Filosofiya ekonomiki*]. Perm: Izdatelstvo Permskogo universiteta, 2005, 264 p.

Шаблон для описания главы из книги или книги из собрания сочинений в английском варианте:

Имена авторов. Название книги или главы на английском языке [*Транслитерированное название книги*]. *Транслитерированное название собрания сочинений или книги курсивом* (Название собрания сочинений или книги). Город: Издательство, год, страницы.

Примеры:

Leybnits G. V. Monadology [*Monadologiya*]. *Sochineniya. Tom 1* (Works. Vol. 1). Moscow: Mysl, 1982, 636 p.

Marx K. A Contribution to the Critique of Political Economy [*К критике политической экономики*]. *Sochineniya. T. 13* (Works. Vol. 13). Moscow: Izdatelstvo politicheskoy literatury, 1960, pp. 1–784.

Pavlov I. P. Physiology and pathology of Higher Nervous Activity. Twenty-Year Experience of Objective Studying of Higher Nervous Activity of Animals [*Fiziologiya i patologiya vysshey nervnoy deyatelnosti. Dvadsatiletniy opyt obektivnogo izucheniya vysshey nervnoy deyatelnosti (povedeniya) zhivotnykh*]. *Polnoe sobranie sochineniy. T. III. Kn. 2* (Complete Works. Vol. III. Book 2). Moscow – Leningrad: AN SSSR, 1951, pp. 383–408.

Ukhtomskiy A. A. Principle of a Dominant [*Printsip dominanty*]. *Sobranie sochineniy. T. 1* (Collected Works. Vol. 1). Leningrad: LGU, 1950, pp. 197–201.

Шаблон для описания статьи из журнала в русском варианте:

Имена авторов. Название статьи // Название журнала. – год. – номер. – страницы статьи.

Пример:

Агацци Э. Идея общества, основанного на знаниях // Вопросы философии. – 2012. – № 10. – С. 3–19.

Шаблон для описания статьи из журнала в английском варианте:

Имена авторов. Название статьи на английском языке [Транслитерированное название статьи]. *Транслитерированное название журнала курсивом* (Название журнала на английском языке), год, номер, страницы.

Пример:

Agazzi E. The Idea of a Knowledge-Based Society [Ideya obschestva, osnovannogo na znaniyakh]. *Voprosy filosofii* (Problems of Philosophy), 2012, no. 10, pp. 3–19.

Шаблон для описания материалов конференции в русском варианте:

Имена авторов. Название выступления // Название конференции. – Город. – год. – страницы.

Примеры:

Пигров К. С. Материализм в современной российской философии как нравственная проблема // Проблемы материализма в социальной философии: Сборник статей, посвященный 70-летию профессора СПбГУ П. Н. Хмылева / отв. ред. В. М. Лукин. – СПб.: СПбГУ. – 2008. – С. 109–116.

Игнатъев М. Б., Пинигин Г. И. Астрономия с лунной базы // Международная научная конференция «Применение ПЗС-методов для исследования солнечной системы». – Николаев. – 2003. – С. 98–106.

Шаблон для описания материалов конференции в английском варианте:

Имена авторов. Название выступления на английском языке [Транслитерированное название выступления]. *Транслитерированное название конференции курсивом* (Название конференции на английском языке). Город: Издательство, год, страницы.

Примеры:

Pigrov K. S. Materialism as a Moral Issue in Modern Russian Philosophy [Materializm v sovremennoy rossiyskoy filosofii kak нравstvennaya problema]. *Problemy materializma v sotsialnoy filosofii: Sbornik statey, posvyaschenny 70-letiyu professora SPbGU P. N. Khmyleva* (Problems of Materialism in Social Philosophy: Collected Articles Dedicated to 70th Anniversary of professor SPSU P. N. Khmylev). Saint Petersburg: SpbGU, 2008, pp. 109–116.

Ignatyev M. B., Pinigin G. I. Astronomy from the Moonbase [Astronomiya s lunnoy bazy]. *Mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya «Primenenie PZS-metodov dlya issledovaniya solnechnoy sistemy»* (Proceedings of International Scientific Conference “Application of CCD-Methods for the Solar System Exploration”). Nikolaev, 2003, pp. 98–106.

Шаблон для описания Интернет-ресурса в русском варианте:

Название страницы // Название сайта. – URL: адрес сайта (дата обращения).

Пример:

«Война» в шорт-листе «Инновации»: Минкульт хочет дать премию, МВД гноит в тюрьме // Сайт «Свободная Война» в поддержку арестованных Олега Воротникова и Лёни Николаева. URL: <http://free-voina.org/post/3289581310> (дата обращения 10.07.2013).

Шаблон для описания Интернет-ресурса в английском варианте:

Название статьи на английском языке [*Транслитерированное название статьи курсивом*]. Available at: адрес сайта (accessed дата последнего посещения сайта).

Пример:

Voina in the Short-list “Innovations”: Ministry of Culture Wants to Give an Award, Ministry of Internal Affairs Leaves to Rot in Prison [*Voyna v short-liste «Innovatsii»: Minkult khochet dat premiyu, MVD gnoit v tyurme*]. Available at: <http://free-voina.org/post/3289581310> (accessed 10 July 2013).

Если статья имеет идентификатор DOI, то он пишется в самом конце.

Пример:

Bard P. On Emotional Expression After Decortications With Some Remarks on Certain Theoretical Views. *Psychological Review*, 1934, vol. 41, pp. 309–329. DOI: 10.1037/h0070765.

Для англоязычных источников данные пишутся только на английском языке без дополнительных скобок.

Пример:

Head H., Holmes G. Sensory Disturbances from Cerebral Lesions. *Brain*, 1911–1912, vol. 34, pp. 102–254.

Для источников на других языках данные пишутся на английском языке и языке оригинала.

Пример:

Goltz F. The Dog Without a Cerebrum: Seventh Treatise on the Functions of the Cerebrum [Der Hund ohne Grosshirn. Siebente Abhandlung über die Verrichtungen des Grosshirns]. *Archiv für die gesamte Physiologie* (Archives of All Physiology). 1892, Bd. 51, no. 11–12, pp. 570–614.

Для статей, имеющих в списке литературы только англоязычные источники, делать русскоязычный список литературы не имеет смысла. То есть вне зависимости от того, на каком языке статья сделана, если все источники являются иностранными, то список литературы делается один в соответствии с правилами оформления английского варианта списка литературы. Если же присутствуют русскоязычные источники, то статья на русском языке должна иметь 2 списка литературы, а статья на английском – один.

6) Ссылки в тексте на цитируемые работы (порядковый номер в списке литературы и при необходимости номер страницы) размещаются в квадратных скобках: [1], [2, с. 51] (для статьи на английском [2, p. 51]).

7) Требования к авторскому резюме (abstract) достаточно сильно отличаются от правил и традиций составления авторских резюме для российских изданий. Поскольку авторские резюме на английском языке в русскоязычном издании являются для иностранных учёных основным или даже единственным источником информации о содержании статьи, то их объём недопустимо сводить к 3–5 строкам. По аннотации зарубежные специалисты оценивают публикацию, определяют свой интерес к ней, могут сделать на неё ссылку, запросить перевод полного текста и т. п. Аннотация на английском языке не должна просто полностью повторять текст аннотации на русском, так как за русскоязычной следует полный текст на этом же языке. Аннотацию на английском следует делать подробнее и больше по объёму, она должна способствовать раскрытию содержания и сути исследования

Авторские резюме должны быть:

- информативными (не содержать общих слов);
- оригинальными (не повторять дословно русскоязычную аннотацию);
- содержательными (отражать основное содержание статьи и результаты исследований);
- структурированными (следовать логике описания результатов в статье);
- написанными качественным английским языком;
- имеющими объём примерно от 100 до 250 слов (возможно до 500 слов).

Наиболее распространённый способ составления аннотаций – краткое повторение в них структуры статьи, включающей введение, цели и задачи, методы, результаты, заключение.

Авторское резюме в наиболее полном варианте включает следующие аспекты содержания статьи:

- предмет, тему, цель работы;
- метод или методологию проведения работы;
- результаты работы;
- область применения результатов;
- выводы.

Последовательность описания содержания статьи можно изменить, начав с изложения результатов работы и выводов.

Следует обратить внимание на то, что структура и тематические рубрики авторского резюме не заданы жестко и однозначно, они могут меняться в зависимости от содержания статьи. Так, предмет, тема, цель работы указываются только тогда, когда они не ясны из заглавия статьи. Метод и методологию проведения работы целесообразно описывать в том случае, если они отличаются новизной или представляют специальный интерес с точки зрения содержания данной статьи.

Выводы могут сопровождаться рекомендациями, оценками, предложениями, гипотезами, описанными в статье. Сведения, содержащиеся в

заглавии статьи, не повторяются в тексте реферата. Следует избегать лишних вводных фраз (например: «автор статьи рассматривает...»). Исторические справки, если они не составляют основное содержание документа, описание ранее опубликованных работ и общеизвестные положения в резюме не приводятся.

В тексте резюме следует употреблять синтаксические конструкции, свойственные языку научных и технических документов, избегать сложных грамматических конструкций, не используемых в научном английском языке. Следует, например, использовать активный, а не пассивный залог: “The study tested”, а не “It was tested in the study”.

В тексте реферата на английском языке следует применять терминологию, характерную для иностранных специальных текстов. Рекомендуется избегать употребления терминов, являющихся прямой «калькой» с русскоязычных терминов. Необходимо соблюдать единство терминологии в пределах резюме, применять значимые слова из текста статьи.

Рекомендации по составлению авторского резюме подготовлены на основе методической разработки кандидата технических наук О. В. Кирилловой, заведующей отделением ВИНТИ РАН, члена Экспертного совета (CSAB) базы данных SCOPUS «Подготовка российских журналов для зарубежной аналитической базы данных SCOPUS: рекомендации и комментарии». <http://www.elsevierscience.ru/files/add-journal-to-scopus-2013.pdf>.

Пример оформления авторского резюме и списка ключевых слов

Философия информационного общества: новые идеи и проблемы

Авторское резюме

Состояние вопроса: В теории постиндустриального (информационного) общества широко распространена трактовка его как формирующегося общества знаний, в котором физический труд вытесняется умственным. Главным видом труда становится обработка информации, которая считается нематериальным ресурсом.

Результаты: Труд в сфере информационных технологий – преимущественно не физический и не умственный, а материальный всеобщий труд (термин К. Маркса). Всеобщий труд направлен на создание абстрактных материальных структур и виртуальной реальности – особой формы материи, строящейся как бы на матрице духовных процессов и приобретающей наибольшее сходство с идеальными явлениями. Особые свойства этой формы материи – «квазиидеальность» и «квазисубъективность» – внешне напоминают главные свойства духовных явлений – идеальность и субъективность.

Область применения результатов: Предложенный подход к концепции информационного общества является попыткой сформулировать некоторые фундаментальные идеи философского материализма, необходимые, с точки

зрения автора, для построения научной теории современного этапа общественного развития.

Выводы: Формирование информационного общества связано не с вытеснением духовным (знаниями) материального (физического труда), а с созданием человеком нового класса искусственных материальных явлений (виртуальной реальности), взаимодействующих с идеальным, духовным, тоньше и сложнее, чем взаимодействовали с ним все ранее возникшие формы материи.

Ключевые слова: информационное общество; всеобщий труд; материальное и идеальное; абстрактные материальные структуры; квазиидеальность и квазисубъективность.

The Philosophy of the Information Society: New Ideas and Problems

Abstract

Background: The information society is often thought to be a forming society of knowledge, in which manual labor is being replaced by intellectual labor. The treatment of information, which is supposed to be a non-material resource, becomes the main type of a labor-process.

Results: Labor in information technologies is mainly material universal labor (the term of K. Marx), but not manual or intellectual labor in the traditional sense. Universal labor is directed towards creation of so-called abstract material structures and virtual reality – a new special form of matter put on the matrix of spiritual processes which acquires a close resemblance with the ideal processes. Special qualities of this form of matter may be called “quasi-ideality” and “quasi-subjectivity”. They resemble outwardly the main qualities of spiritual events – ideality and subjectivity.

Research implications: The present study provides an approach to the theory of the information society which is based on re-interpretation of the conceptions of material and ideal carried out with the help of analysis of virtual reality and a labor-process in the sphere of information technologies.

Conclusion: The forming of the information society doesn't mean only supplanting of material factors (manual labor) by ideal (knowledge). It is expressed in creating by man of a new type of artificial material objects (virtual reality), which communicates with spiritual, ideal reality in more delicate and complicated way than any other forms of matter could.

Keywords: information society; universal labor; material and ideal; abstract material structures; quasi-ideality and quasi-subjectivity.

8) Все формулы и обозначения из формул в тексте должны быть набраны в редакторе Microsoft Equation.

9) Все схемы, рисунки и т. п. должны быть вставлены в текст как отдельный файл, делать рисунки средствами Microsoft Word недопустимо. Рисунки должны быть предоставлены редакции отдельными файлами в форматах jpg или png и должны быть пронумерованы в том порядке, в каком появляются в тексте.

10) Необходимо обращать внимание на различие между дефисом (ставится внутри слов, всегда без пробелов, например, «сине-зелёный»; выглядит коротко) и тире (ставится между словами, обозначениями и т. п., например, «с. 45–48»; выглядит длинно). Тире между цифрами ставится без пробелов, в любом другом случае перед и после тире должны стоять пробелы (например, «1950–1960 годы», «движение – жизнь»). Также необходимо обращать внимание, что между инициалами, в сокращениях и в других случаях, когда несколько слов или символов неразрывно связаны друг с другом, между ними ставится неразрывный пробел, который сохраняет соседние слова на одной строчке и не делает большое расстояние между ними при выравнивании по ширине (ctrl+shift+пробел; например, «и т. п.», «№ 8», «А. А. Иванов»).

11) Статьи принимаются на русском или английском языках. Возможна публикация статьи на двух языках.

12) Все материалы принимаются в электронном виде по электронной почте fikio@rambler.ru. В письме также необходимо указать дополнительный способ связи с автором (например, телефон).

13) Периодичность выпуска журнала – 4 раза в год.

Рукописи, оформленные без учёта перечисленных выше требований, к публикации не принимаются.

Образец оформления статьи

УДК 111

Название статьи

Иванов Иван Петрович – Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, кафедра истории и философии, доцент, кандидат философских наук, доцент, Санкт-Петербург, Россия.

Email: ivanovip@aanet.ru

SPIN: 0000-1111

Researcher ID: A-0000-1111

ORCID: 0000-1111-2222-3333

Scopus ID: 12345678901

Иванов Пётр Иванович – Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, кафедра истории и философии, аспирант, Санкт-Петербург, Россия.

Email: ivanovpi@aanet.ru
SPIN: 1111-0000

Авторское резюме

Текст резюме 100–250 слов (см. п. 7).

Ключевые слова: слово один; слово два (до 12 слов).

Title

Ivanov Ivan Petrovich – Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, Department of Philosophy and Theory of Culture, associate professor, PhD (Philosophy), Saint Petersburg, Russia.

Email: ivanovip@aanet.ru

Ivanov Petr Ivanovich – Saint Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, Department of Philosophy and Theory of Culture, post-graduate student, Saint Petersburg, Russia.

Email: ivanovpi@aanet.ru

Abstract

Text of abstract (100–250 words).

Keywords: word number one; word number two (up to 12 words).

Текст статьи.....

Список литературы

1. ...
2. ...

References

1. ...
2. ...



Философия и гуманитарные науки в информационном обществе

Свидетельство о регистрации средства массовой информации:
ЭЛ № ФС77-54191.

ISSN 2309-6888

Журнал входит в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

www.fikio.ru

16+

Контакты редакции

Адрес: 196135, Санкт-Петербург, ул. Гастелло, д. 15, ауд.14-09.

Телефон: 8 (812) 708-42-13

Email: fikio@rambler.ru



Учредитель – федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения».



© «Философия и гуманитарные науки в информационном обществе», 2021.