

Главный редактор: Мышко Ф.Г., д-р юр. наук; e-mail: fg_myshko@guu.ru**Первый заместитель главного редактора:** Кривопусков В.В., канд. филос. наук, д-р социол. наук, проф.; e-mail: vv_kvivopuskov@guu.ru**Заместитель главного редактора:** Чернавин Ю.А., д-р филос. наук, проф.; e-mail: yua_chernavin@guu.ru**Ответственный секретарь:** Каменева Т.Н., д-р социол. наук, доц.; e-mail: tn_kameneva@guu.ru**Ответственный за выпуск:** Алексеева Л.Н.; e-mail: ln_alekseeva@guu.ru**Редактор:** Кузнецова П.О.; e-mail: po_kuznetsova@guu.ru**Выпускающий редактор и компьютерная верстка:** Гусева Е.А.; e-mail: ea_malygina@guu.ru**Технические редакторы:** Волкова А.П., Тарасова Д.С.; e-mail: ar_volkova@guu.ru, ds_tarasova@guu.ru

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Горшков М.К. – председатель редакционного совета, д-р филос. наук, академик РАН, научный руководитель ФНИСЦ РАН (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Мышко Ф.Г.** – первый зам. пред. редакционного совета, д-р юр. наук, доц., (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Кривопусков В.В.** – зам. пред. редакционного совета, д-р социол. наук, канд. филос. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Волков Ю.Г.** – д-р филос. наук, проф. (Южный Федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия)**Добренков В.И.** – д-р филос. наук, проф. (Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия)**Зотов В.Б.** – д-р экон. наук, канд. техн. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Кибакин М.В.** – д-р социол. наук, проф. (Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия)**Кравченко С.А.** – д-р филос. наук, проф. (Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, г. Москва, Россия)**Маршак А.Л.** – д-р филос. наук, проф. (Институт социологии РАН, г. Москва, Россия)**Милехин А.В.** – д-р социол. наук, канд. психол. наук (Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, президент Исследовательского холдинга «Ромир», г. Москва, Россия),**Митрович Л.** – проф. (Университет Ниша, г. Ниш, Сербия)**Миронов А.В.** – д-р социол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Петрова Т.Э.** – д-р социол. наук, проф. (Департамент культуры, спорта, туризма и национальной политики Администрации Президента Российской Федерации)**Саакян А.К.** – д-р социол. наук, проф. (Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (Ереванский филиал), г. Ереван, Армения)**Силласте Г.Г.** – д-р филос. наук, проф. (Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия)**Скворцов Н.Г.** – д-р социол. наук, проф. (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия)**Соколова Г.Н.** – д-р филос. наук, проф. (Институт социологии НАН Беларуси, г. Минск, Беларусь)**Троицкий А.В.** – канд. техн. наук, доцент (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Шалин В.В.** – д-р социол. наук, проф. (Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия)**Хунагов Р.Д.** – д-р социол. наук, проф. (Адыгейский государственный университет, г. Майкоп, Россия)**Чжан Ш.** – д-р полит. наук, проф. (Китайская Академия общественных наук, г. Пекин, Китай)**Мышко Ф.Г.** – д-р юр. наук, доц. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Кривопусков В.В.** – д-р социол. наук, канд. филос. наук, проф., первый зам. гл. ред. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Чернавин Ю.А.** – д-р филос. наук, проф., зам. гл. ред. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Каменева Т.Н.** – д-р социол. наук, доц. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Арамян К.А.** – канд. истор. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Захаров М.Ю.** – д-р филос. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Комарова А.А.** – канд. социол. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Корнилович В.А.** – д-р социол. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Костриков С.П.** – д-р истор. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Скрипкина Т.П.** – д-р психол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Целуйко А.В.** – канд. юр. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)**Журнал входит в Перечень ВАК рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по направлениям:**

– 5.4.1 Теория, методология и история социологии (социологические науки);

– 5.4.2 Экономическая социология (социологические науки);

– 5.4.4 Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки);

– 5.4.5 Политическая социология (социологические науки);

– 5.4.6 Социология культуры (социологические науки);

– 5.4.7 Социология управления (социологические науки).

Миссия журнала состоит во всестороннем и объективном освещении, оперативном и независимом информировании читателей об исследованиях в сфере цифровой социологии.**Цели журнала:**

– обмен научными сведениями о новых решениях и применении информационных технологий в социологии;

– широкое обсуждение новых идей в области цифровой социологии – отрасли социологической науки, исследующей роль сети «Интернет» и влияние электронных технологий на социальную жизнь в целом;

– организация международного сотрудничества через обмен научными идеями и привлечение специалистов в области цифровой социологии из разных стран к работе в составе редакционной коллегии и к опубликованию ими своих статей.

Все публикуемые статьи прошли обязательную процедуру рецензирования

Свидетельство о регистрации средства массовой информации от 24.08.2018 ПИ № ФС 77-73528

На сайте «Объединенного каталога «Пресса России» www.pressa-ru.ru можно оформить подписку на 2023 год на печатную версию журнала «Цифровая социология» по подписному индексу 79135, а также подписаться через интернет-магазин «Пресса по подписке» <https://www.akc.ru>

Подп. в печ. 12.04.2023 г.

Формат 60×90/8

Объем 11,0 печ. л.

Тираж 1000 экз.

(первый завод 100 экз.)

Заказ № 515

Издательство: Издательский дом ГУУ
(Государственный университет управления)Адрес редакции: 109542, г. Москва, Рязанский проспект, д. 99
Тел.: +7 (495) 377-90-05

E-mail: ic@guu.ru



Статьи доступны по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная, согласно которой возможно неограниченное распространение и воспроизведение этих статей на любых носителях при условии указания автора и ссылки на исходную публикацию статьи в данном журнале в соответствии с правилами научного цитирования.

Editor-in-chief: F.G. Myshko, Dr. Sci (Jur.); e-mail: fg_myshko@guu.ru**First Deputy editor-in-chief:** V.V. Krivopuskov, Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Philos.), prof.; e-mail: vv_krivopuskov@guu.ru**Deputy editor-in-chief:** Yu.A. Chernavin, Dr. Sci. (Philos.), prof.; e-mail: yua_chernavin@guu.ru**Executive Secretary:** T.N. Kameneva Dr. Sci. (Sociol.), assoc. prof.; e-mail: tn_kameneva@guu.ru**Responsible for issue:** L.N. Alekseeva; e-mail: ln_alekseeva@guu.ru**Editor:** P.O. Kuznetsova; e-mail: po_kuznetsova@guu.ru**Executive editor and desktop publishing:** E.A. Guseva; e-mail: ea_malygina@guu.ru**Technical editors:** A.R. Volkova, D.S. Tarasova; e-mail: ar_volkova@guu.ru, ds_tarasova@guu.ru**EDITORIAL BOARD****Gorshkov M.K.** – Chairman of the Editorial Board, Dr. Sci. (Philos.), Academician of the Russian Academy of Sciences, Scientific Director of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (State University of Management, Moscow, Russia)**Myshko F.G.** – First Deputy Chairman of the Editorial Board, Dr. Sci. (Jur.), Assoc. Prof., (State University of Management, Moscow, Russia)**Krivopuskov V.V.** – Deputy Chairman of the Editorial Board, Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Philos.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Volkov Yu.G.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia)**Dobren'kov V.I.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia)**Zotov V.B.** – Dr. Sci. (Econ.), Cand. Sci. (Engr.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Kibakin M.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Financial University under the Government of the Russian Federation)**Kravchenko S.A.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Moscow State Institute of International Relations, Moscow, Russia)**Marshak A.L.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia)**Milekhin A.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Psy.) (Lomonosov Moscow State University, President of Romir research holding, Moscow, Russia)**Mitrovich L.** – PhD (Philos. Sci.), Prof. (University of Niš, Niš, Serbiya)**Mironov A.V.** – Dr. Sci. (Sociol.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Petrova T.E.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Department of Culture, Sport, Tourism and Nationality Policy of the Presidential Administration)**Saakyan A.K.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Plekhanov Russian University of Economics (Yerevan branch), Yerevan, Armenia)**Sillaste G.G.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia)**Skvartsov N.G.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia)**Sokolova G.N.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Institute of Sociology, National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, Belarus)**Troitskii A.V.** – Cand. Sci. (Engr.), Assoc. Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Shalin V.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin, Krasnodar, Russia)**Khunagov R.D.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Adygeyan State University, Maikop, Russia)**Chzhan Sh.** – PhD (Polit. Sci.), Prof. (Chinese Academy of Social Sciences, Beijing, China)**EDITORIAL COLLEGIUM****Myshko F.G.** – Dr. Sci. (Jur.), Assoc. Prof., Editor-in-Chief (State University of Management, Moscow, Russia)**Krivopuskov V.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Philos.), Prof., First Deputy Editor-in-Chief (State University of Management, Moscow, Russia)**Chernavin Yu.A.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof., Deputy Editor-in-Chief (State University of Management, Moscow, Russia)**Kameneva T.N.** – Dr. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Aramyan K.A.** – Cand. Sci. (Hist.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Zakharov M.Yu.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Komarova A.A.** – Cand. Sci. (Sociol.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Kornilovich V.A.** – Dr. Sci. (Sociol.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Kostrikov S.P.** – Dr. Sci. (Hist.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Skripkina T.P.** – Dr. Sci. (Psy.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Tseluiko A.V.** – Cand. Sci. (Jur.) (State University of Management, Moscow, Russia)

The journal is included in the list of Higher Attestation Commission of peer-reviewed scientific publications, in which should be published basic scientific results of dissertations on competition of a scientific degree of candidate of sciences and on competition of a scientific degree of doctor of sciences in the field:

- 5.4.1 Theory, methodology and history of sociology (sociological sciences);
- 5.4.2 Economic Sociology (social sciences);
- 5.4.4 Social structure, social institutions and processes (sociological sciences);
- 5.4.5 Political sociology (sociological sciences);
- 5.4.6 Cultural sociology (sociological sciences);
- 5.4.7 Sociology of management (sociological sciences).

The mission of the journal is to provide comprehensive and objective coverage, prompt and independent information to readers about research in the field of digital sociology.

The aims of the journal:

- exchange of scientific information on new solutions and application of information technologies in sociology;
- wide discussion of new ideas in the field of digital sociology - a branch of sociological science, that studies the role of the Internet and the impact of electronic technologies on social life in general;
- organization of international cooperation through the exchange of scientific ideas and the involvement of specialists in the field of digital sociology from different countries to work as part of the editorial board and to publish their articles.

All published articles have undergone a mandatory review procedure

Certificate of registration of mass media dated 24.08.2018
PI No. FS 77-73528Signed to print 12.04.2023
Format 60×90/8
Size 11,0 printed sheets
Circulation 1000 copies
(the first factory 100 copies)
Print order № 515Publishing: Publishing house
of the State University of Management

Editor's office: 109542, Russia, Moscow, Ryazansky Prospekt, 99

Tel.: +7 (495) 377-90-05

E-mail: ic@guu.ru



Articles are available under a Creative Commons «Attribution» International 4.0 public license, according to which, unlimited distribution and reproduction of these articles is possible in any medium, specified the author's name and references to the original article publication in this journal in accordance with the rules of scientific citation.

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS

**ЦИФРОВАЯ СОЦИОЛОГИЯ:
НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ**

Цифровизация публичного управления: экспертная рефлексия проблем и вызовов4
Боев Е.И., Зотов В.В., Василенко Л.А.

Проблематика цифровых технологий и искусственного интеллекта в научных работах13
Тимохович А.Н., Самоходкина Е.Г., Самоходкин Е.В., Эльзон А.А.

Единство традиции и новации как фактор устойчивого развития цифрового общества21
Чернавин Ю.А.

ЦИФРОВАЯ СРЕДА

Использование героев мультфильмов в рекламных коммуникациях бренда29
Довжик Г.В., Аржанова К.А., Довжик В.Н.

Соседские чаты как предмет офлайн-социологии39
Иванов К.А.

Социология ценностей: опыт построения таксономии путем использования технологии анализа естественного языка48
Кашина М.А., Ткач С.

Мошенничество в цифровом обществе в условиях социальных изменений59
Сергеев А.Ю., Широкова О.В.

Организация защиты несовершеннолетних от деструктивной информационной среды: опыт российских городов федерального значения72
Титор С.Е.

Высшее образование, пользование сетью «Интернет» и отождествление китайских женщин с патриархальным укладом: эмпирический анализ с учетом эффекта модерации79
Цзячэн Гао, Юэ Лю

**DIGITAL SOCIOLOGY:
RESEARCH DIRECTIONS**

Digitalization of public administration: expert reflection on problems and challenges4
E.I. Boev, V.V. Zotov, L.A. Vasilenko

Digital technology and artificial intelligence issues in scientific works13
A.N. Timokhovich, E.G. Samokhodkina, E.V. Samokhodkin, A.A. Elzon

Unity of tradition and innovation as a sustainable development factor of digital society21
Yu.A. Chernavin

DIGITAL ENVIRONMENT

The use of cartoon characters in brand advertising communications29
G.V. Dovzhik, K.A. Arzhanova, V.N. Dovzhik

Neighborhood group chats as a subject of offline sociology39
K.A. Ivanov

Sociology of values: experience of building a taxonomy by using natural language analysis technology48
M.A. Kashina, S. Tkach

Fraud in a digital society in the context of social change59
A.Yu. Sergeev, O.V. Shirokova

Organization of minors' protection from destructive information environment: Russian federal cities case study72
S.E. Titor

Higher education, internet usage, and Chinese female's identification with patriarchal perspective: An empirical analysis considering moderating effect79
Jiacheng Gao, Yue Liu

ЦИФРОВАЯ СОЦИОЛОГИЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

Цифровизация публичного управления: экспертная рефлексия проблем и вызовов

УДК 316.422 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-1-4-12

Получено 26.12.2022

Доработано после рецензирования 31.01.2023

Принято 10.02.2023

Боев Евгений Иванович

Канд. социол. наук, доц. каф. государственного, муниципального управления и права

ORCID: 0000-0002-4092-4043

E-mail: evgeny-kursk@rambler.ru

Курская академия государственной и муниципальной службы, г. Курск, Россия

Зотов Виталий Владимирович

Д-р социол. наук, проф. учебно-научного центра гуманитарных и социальных наук

ORCID: 0000-0003-1083-1097

E-mail: om_zotova@mail.ru

Московский физико-технический институт (национальный исследовательский университет), г. Долгопрудный, Московская область, Россия

Василенко Людмила Александровна

Д-р социол. наук, проф. каф. организационного проектирования систем управления

ORCID: 0000-0002-0468-8194

E-mail: vasilenkola@mail.ru

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Целью работы является выявление комплекса условий и факторов как затрудняющих, так и содействующих трансформации публичного управления как общественно-государственной системы согласования и реализации интересов представителей заинтересованных сторон за счет использования потенциала цифровых и информационно-телекоммуникационных технологий. В ходе исследования были решены следующие задачи: дана оценка роли цифровизации для системы публичного управления, выявлены проблемы этого процесса, оценены возможности электронных онлайн-платформ в организации социально-сетевых взаимодействиях в диалог «власть – общество». В работе представлены результаты фокусированного группового полуструктурированного онлайн-интервью в формате видеоконференцсвязи на платформе Zoom, проведенного в декабре 2021 г. среди 20 экспертов. В качестве экспертов выступили представители

органов публичной власти федерального, регионального и местного уровня, государственных корпораций, структур гражданского общества, бизнес-структур, научного сообщества, а также Центра управления регионом. На основе анализа результатов экспертного опроса авторы пришли к выводу, что цифровизация деятельности органов власти дает хороший прирост не только в деле улучшения качества предоставления услуг населению страны, но и в совершенствовании механизма обратной связи, повышении вовлеченности населения в процесс решения общественно-значимых вопросов. Это дает надежду, что разрешение проблем, сопутствующих внедрению цифровых технологий в работу органов власти с населением, будет способствовать переходу от информирования и сервисного обслуживания граждан к интерактивному взаимодействию с ними.

Ключевые слова

Цифровизация, публичные коммуникации, публичное управление, онлайн-коммуникации, население, власть, эксперты, цифровая платформа

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ. Проект № 20-011-00694 «Публичное управление как конфигурирование релятивных сетей в публичном пространстве цифрового общества».

Для цитирования

Боев Е.И., Зотов В.В., Василенко Л.А. Цифровизация публичного управления: экспертная рефлексия проблем и вызовов // Цифровая социология. 2023. Т. 6, № 1. С. 4–12.

© Боев Е.И., Зотов В.В., Василенко Л.А., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



DIGITAL SOCIOLOGY: RESEARCH DIRECTIONS

Digitalization of public administration: expert reflection on problems and challenges

Received 26.12.2022 Revised 31.01.2023 Accepted 10.02.2023

Evgeny I. Boev

Cand. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. at the Public Administration and Law Department

ORCID: 0000-0002-4092-4043

E-mail: evgeny-kursk@rambler.ru

Kursk Academy of State and Municipal Services, Kursk, Russia

Vitaly V. Zotov

Dr. Sci. (Sociol.), Prof. at the Educational and Scientific Center for the Humanities and Social Sciences

ORCID: 0000-0003-1083-1097

E-mail: om_zotova@mail.ru

Moscow Institute of Physics and Technology (National Research University), Dolgoprudny, Moscow Region, Russia

Liudmila A. Vasilenko

Dr Sci. (Sociol.), Prof. at the Organizational Design of Management Systems Department

ORCID: 0000-0002-0468-8194

E-mail: vasilenko-la@ranepa.ru

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

ABSTRACT

In the article, the authors identified a set of conditions and factors that both hinder and facilitate the transformation of public administration as a public-state system for coordinating and realizing the interests of representatives of stakeholders through the use of the potential of digital and information and telecommunication technologies. In the course of the study, the following tasks were solved: the role of digitalization for the public administration system was assessed, the problems of this process were identified, the possibilities of electronic online platforms in the organization of social networking in the “governance – society” dyad were evaluated. The article presents the results of a focused group semi-formalized online interview in the format of video conferencing on the Zoom platform, conducted in December 2021 among 20 experts. The experts were

representatives of public authorities at the federal, regional and local levels, state corporations, civil society structures, business structures, the scientific community, as well as the Russian Regional Management Center. Based on the analysis of the results of the expert survey, the authors conclude that the digitalization of the activities of the authorities gives a good increase not only in improving the quality of service provision to the country’s population, but also in improving the feedback mechanism, increasing the involvement of the population in the process of solving socially significant issues. This gives hope that the resolution of problems associated with the introduction of digital technologies into the work of government bodies with the population will contribute to the transition from informing and servicing citizens to interactive communication with them.

Keywords

Digitalization, public communications, public administration, online communications, population, government, experts, digital platform

Funding. The research was supported by the Russian Foundation for Basic Research. Project No. 20-011-00694 “Public administration as a configuration of relational network in the public space of digital society”.

For citation

Boev E.I., Zotov V.V., Vasilenko L.A. (2023) Digitalization of public administration: expert reflection on problems and challenges, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 1, pp. 4–12. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-4-12

© Boev E.I., Zotov V.V., Vasilenko L.A., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Внедрение современных информационно-коммуникационных и цифровых технологий в деятельность органов власти сказывается на трансформации пространства публичных коммуникаций. Очевидно, что их использование может значительно оптимизировать эффективность и качество обслуживания населения, гарантировать открытость государственной власти и предоставить возможность общественного контроля за деятельностью властных структур. Цифровизация публичного управления вносит изменения в организацию работы органов власти с населением. Однако это также способствует нарастанию риска утраты управляемости общественных процессов из-за новых социально-организационных форм и практик взаимодействия власти и населения [Корнилович и др., 2021]. При этом повышение эффективности и результативности деятельности системы государственного и муниципального управления преимущественно связывают с разрешением дилеммы о путях развития между электронным правительством и электронной демократией [Зотов и др., 2021b; Соловьев, Пушкарева, 2020]. Это дилемма между подходом, ориентированным на комфорт клиента, и подходом, ориентированным на активность гражданина.

Стратегическое направление развития Российской Федерации (далее – РФ), субъектов, а также муниципальных образований определяется необходимостью реализации национальных проектов в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»¹.

Одним из 12 национальных проектов, представленных в этом документе, является программа «Цифровая экономика»². Перечень мероприятий по цифровой трансформации органов власти дается в паспорте федерального проекта «Цифровое государственное управление», являющегося частью вышеуказанного национального

¹ Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297432/ (дата обращения: 20.12.2022).

² Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (2022). Национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации». Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения: 22.12.2022).

проекта³. Федеральный проект содержит перечень мероприятий по цифровой трансформации системы государственного управления, которые призваны обеспечить дальнейшее повышение уровня предоставления услуг, необходимых для улучшения качества жизни граждан и эффективного развития бизнеса. Реализация проекта призвана осуществить окончательный переход на электронный формат взаимодействия граждан и организаций с государством, но при этом остается открытым вопрос о содержании такого формата взаимодействия.

В этой статье авторы рассматривают влияние реализации федерального проекта «Цифровое государственное управление» на совершенствование публичного управления. Этот процесс предстает в качестве системы «кооперации государственных, муниципальных, некоммерческих и смешанных структур, призванной обеспечить удовлетворение общественных интересов и решение коллективных проблем» [Купряшин, 2016].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ / MATERIALS AND METHODS

В ходе фокусированного группового полуструктурированного онлайн-интервью в формате видеоконференцсвязи на платформе Zoom в конце 2021 г. было проведено две фокус-группы. Дата проведения первого интервью – 8 декабря 2021 г., второго интервью – 15 декабря 2021 г. Число экспертов $n=20$. Выборочная совокупность была структурирована по демографическому и профессиональному признакам. Возраст экспертов: 23–60 лет. Пол: мужской – 11 чел. (55 % в группе), женский – 9 чел. (45 % в группе). География: г. Курск, г. Железногорск Курской области, г. Москва, г. Белгород, г. Казань, г. Челябинск, г. Барнаул.

Выборочную совокупность составили эксперты, объединенные в следующие группы: органы государственной власти, органы местного самоуправления (двое госслужащих федеральных органов власти, трое госслужащих органов государственной власти субъектов РФ, двое муниципальных служащих, один представитель законодательного (представительного) органа государственной власти субъекта РФ), государственные корпорации (один руководитель корпорации), структуры гражданского общества (два руководителя

³ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (2022). Федеральный проект «Цифровое государственное управление» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/882/> (дата обращения: 20.12.2022).

региональных общественных организаций), бизнес-структуры (два представителя коммерческих организаций), научное сообщество (три сотрудника вузов, привлекаемых к обеспечению научно-методического сопровождения деятельности органов власти), а также медиаторы (четыре сотрудника Центра управления регионом).

ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ ДЛЯ СИСТЕМЫ ПУБЛИЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ / EVALUATION OF DIGITALIZATION POSSIBILITIES FOR THE PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM

В настоящее время на смену интернетизации и сетевизации приходит цифровизация как процесс создания цифровых платформ, обладающих аналитическими и прогностическими функциями. Преимуществом платформенного подхода является его интуитивно понятный интерфейс и прозрачность процесса для всех субъектов продвижения и получения государственных услуг. Помимо этого, имеется возможность мониторинга всех стадий процесса получения услуг, реализована обратная связь между поставщиком и получателем услуг.

В связи с этим авторами был задан следующий вопрос экспертам: «Сейчас очень много говорят о цифровизации. А как процессы цифровизации изменили систему публичного управления? Назовите основные направления трансформации государственного и муниципального управления в условиях цифровизации».

Приведем ряд наиболее развернутых ответов экспертов. Прежде всего, по экспертному мнению, высказанному представителем государственной корпорации, цифровизация системы публичного управления обуславливает «сокращение расходов на деятельность государственных органов за счет бэк-офисов госорганов, оптимизирующих выполнение инвариантных функций, а также за счет формирования экосистемы государственно-частных платформ и возможности внедрения отработанных решений в практику деятельности других органов». В дальнейшем тот же эксперт отмечает такие значимые эффекты от цифровизации публичного управления, как «повышение эффективности деятельности госорганов за счет стандартизации, регламентации административно-управленческих процессов, которые переводятся в цифровой формат и реализуются на цифровых сервисах; повышение эффективности бюджетирования проектных/программных мероприятий и контроля за их выполнением; повышение производительности труда чиновников, задействованных в процессах оказания государственных услуг».

Эксперт из пула представителей органов власти, констатирует: «Целью цифровизации сферы государственного управления является переход от личного обращения граждан в государственные органы к электронному формату. Минцифры определило перечень массовых социально значимых услуг, наиболее востребованных населением, которые следует оказывать в электронном формате. Последующая работа заключается в адаптации федерального перечня услуг к специфике региона». Другой эксперт от органов власти указывает, что «...основными направлениями федеральной повестки цифровой трансформации является оптимизация предоставления государственных и муниципальных услуг: комплексное решение жизненных ситуаций, возникающих у граждан и представителей бизнеса, переход на цифровой формат оказания приоритетных государственных и муниципальных услуг, переход к проактивному оказанию услуг. На региональном уровне актуальной является повестка повышения качества предоставления услуг в электронном формате, что достигается через улучшение технического уровня каналов связи, обеспечивающих взаимодействие с населением и органами власти между собой».

По мнению эксперта, представляющего научное сообщество, «цифровая трансформация должна рассматриваться как некий инструмент, цель применения которого – повышение эффективности взаимодействия бизнес-структур, структур гражданского общества с органами власти, снижение административных барьеров. Цифровые технологии должны быть не только инструментом оптимизации качества и доступности государственных и муниципальных услуг. Посредством их необходимо снижать сроки получения услуг, перейти от сугубо технологического вектора к клиентоориентированности, персонализированному подходу, произвести „гуманизацию“ процесса получения услуг. Именно благодаря этому они могут повысить качество и уровень жизни населения».

Таким образом, в ответах экспертов фиксируется деятельность по основным направлениям заявленного федерального проекта «Цифровое государственное управление», а именно: по предоставлению государственных и муниципальных услуг онлайн и проактивно, с учетом жизненных ситуаций, по повышению охвата государственных и муниципальных органов юридически значимым межведомственным электронным документооборотом.

На сегодняшний день в структуру государственного управления Российской Федерации внедрена система межведомственного электронного

взаимодействия, проводится работа по переводу услуг в электронный формат, осуществляется интеграция разрозненных каналов коммуникации с гражданами в единую систему для достижения экстерриториальности и непрерывности взаимодействия с ними. По данным главы Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, на сегодняшний день количество подтвержденных учетных записей на портале «Госуслуги» приблизилось к отметке в 100 млн человек (70 % населения страны). При этом мобильным приложением пользуются более 70 млн человек, а ежедневная аудитория сервиса составляет 9,5 млн человек. В 2021 г., по сравнению с предыдущим годом, число обращений к сервисам портала выросло вдвое⁴. Но здесь следует согласиться с мнением Е.И. Добролюбовой, что «показателями федерального проекта измеряются не конечные результаты цифровой трансформации (например, повышение качества государственных услуг или качества принятия управленческих решений), а просто сам факт перевода взаимодействия с государством (и государственных органов между собой) в электронный вид» [Добролюбова, 2020]. Но как справедливо указывают А.В. Тихонов и В.С. Богданов, цифровизация системы государственного управления, ориентированная на оказание государственных услуг, обратную связь (контроль) через цифровые сервисы, «не обеспечивает адекватную социальным изменениям институционализацию системы управления, обеспечивающую реальное вовлечение в управление активных категорий населения» [Тихонов, Богданов, 2020, с. 75]. Как пишут А.И. Левин, В.И. Шошина, «сделать государство „ближе“ к бизнесу и гражданам, не только путем предоставления государственных услуг в электронном виде, но также и с помощью предоставления ... информации ... об актуальных тенденциях и направлениях в различных сферах общественной жизни, информации о деятельности органов государственной власти и государственных служащих Российской Федерации» [Левин, Шошина, 2019, с. 9], но еще больше – при направлении гражданской активности населения в конструктивное русло просоциальной деятельности [Зотов и др., 2021а].

⁴ *Интерфакс* (Пятница 11 нояб. 2022). Число подтвержденных учетных записей на Госуслугах превысило 100 млн. Режим доступа: <https://www.interfax.ru/digital/872076> (дата обращения: 20.12.2022).

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПУБЛИЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ / DIGITALIZATION PROBLEMS OF PUBLIC ADMINISTRATION ADMINISTRATION

В федеральном проекте не в полном объеме принимаются во внимание многообразные проблемы, сопутствующие форсированной цифровизации системы государственного и муниципального управления. Например, эксперт, представляющий государственную корпорацию, так рассуждает о следующей технологической проблеме: «Я хочу перечислить плюсы и минусы имеющихся электронных сервисов. В столице, например, действует официальный портал Мэра и Правительства Москвы Mos.ru. Это единое веб-пространство столичного мегаполиса, с помощью которого москвичи могут „в одном окне“ найти нужные им городские площадки и онлайн-сервисы. В других же городах, например, даже в таких крупных мегаполисах, как Санкт-Петербург, таких платформ нет, то есть налицо неритмичная цифровизация удаленных от центра регионов. Необходимо создать унифицированную информационную платформу в каждом регионе». Здесь следует прокомментировать слова эксперта. Он в большей мере акцентирует внимание на том, что по своим функциональным возможностям портал Mos.ru намного превосходит федеральную систему Госуслуг, хотя последняя очень интенсивно развивается. А это порождает проблему цифрового неравенства между жителями различных регионов.

Отметим, что экспертом, который представляет научное сообщество, отмечается и проблема межпоколенческого цифрового неравенства: «что подходит миллениалам, то не подходит людям старшего поколения». Следующий эксперт (представитель научного сообщества) развил данную тему, отметив, что «можно привести примеры электронно-цифровой сегрегации, возникающей из-за сегментации виртуального пространства. Здесь возникает проблема разной степени доступа к той или иной информации у представителей разных социальных страт, что может приводить к цифровому неравенству».

Также экспертом, представляющим гражданское общество, было отмечено, что высокая скорость социальных изменений цифровой эры «... вызывает у многих социальных групп потребность в „победе от реальности“, идет отказ от современных трендов».

Еще одним экспертом-медиатором было замечено: «Нужно создавать платформы с гибкой, адекватной обратной связью с населением,

нужно снижать бюрократизмы в ответах, необходимо повышать уровень коммуникации между властью и гражданами».

Экспертам был задан следующий уточняющий вопрос: «Какие вы можете назвать затруднения в процессе коммуникации органов власти и граждан? Проблемы?». Стоит отметить, что несмотря на проводимую работу по созданию клиентоориентированных цифровых сервисов, один из экспертов (представитель пула «Бизнес-структуры») высказался за то, чтобы «... государственные органы, разрабатывающие платформенные решения и сервисы, учитывали мнение субъектов, для которых они предназначены, – граждан. Необходимо разрабатывать интуитивно понятные, клиентоориентированные интерфейсы, работать на повышение их удобства и простоты пользования. Важен отклик, важна обратная связь от населения, важно создавать продукт удобный и понятный обществу».

Авторов особенно заинтересовала позиция эксперта, представляющего гражданское общество. Он считает, что при всей полезности виртуальной коммуникации следует уделить внимание следующему аспекту. «На мой взгляд, во многом изменился сам смысл обращений: ощущение доступности породило вседозволенность заявителей, отсутствие реальной проработки вопроса (например, зачем обращаться в управляющую компанию, когда сразу можно написать губернатору). Чем выше руководитель и публичнее, тем сложнее ему отказать заявителю, даже если заявление абсурдное. А если оно затрагивает малую группу, тем более публичность и цифровизация не оставляет возможность сделать выбор в сторону большинства или логичности, так как это становится достоянием миллионов и подвергается обсуждению социальных групп, как правило не только не являющихся экспертами, но еще и малообразованными и эмоционально неустойчивыми».

Другой представитель научного сообщества отметил: «На мой взгляд, цифровизация обладает даже более деструктивным воздействием, чем конструктивным. Так как в плане конструктивных действий существуют и другие технологии объединения и мотивации, а в деструктивных – это самый доступный вариант. Какие здесь есть проблемы? Цифровизация делает доступным то, что в рамках культурных кодов оставалось достижимым за счет большого труда или преодоления препятствий и что делало этот путь значимым, вычищало смыслы от „информационного мусора“, в итоге вырабатывались алгоритмы деятельности безопасной для общества. Сокращение пути, ускорение процессов не так безобидно

и полезно для решения вопросов особенно в области взаимодействия социальных групп и политического управления. Однако прогресс не останавливать, стало быть, необходимо выстраивать новые культурные коды взаимодействия в цифровом пространстве, основанные на смыслах, обеспечивающих безопасность самого пространства, конкретного человека и органов власти».

ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ В ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ДИАДЕ «ВЛАСТЬ – ОБЩЕСТВО» / DIGITAL PLATFORMS POTENTIAL IN THE ORGANIZATION OF SOCIAL NETWORKING IN THE “GOVERNANCE – SOCIETY” DYAD

Постоянно возрастающий уровень проникновения социальных медиа в повседневную жизнедеятельность человека ведет к тому, что взаимодействие граждан в сети «Интернет» становится мощным инструментом их вовлечения в общественно-политические процессы, особенно в части решения местных проблем. Сегодня именно социально-сетевое взаимодействие в публичной сфере «предоставляет возможность удовлетворения растущих потребностей участия активных граждан в делах общества путем интенсификации взаимодействия при одновременном повышении их прозрачности» [Шарков, 2019, с. 32]. Поэтому было решено уточнить, насколько социально-сетевое пространство позволяет сформировать повестку общественно значимых дел, которые могут решаться совместными усилиями. Авторы решили выяснить у экспертов, «способны ли существующие электронные площадки объединить и мотивировать к солидарным действиям представителей разных социальных групп».

Многие эксперты согласились с мнением, что электронные площадки не только устанавливают информационную повестку дня в режиме реального времени, но и способствуют установлению контакта и получению обратной связи, предлагают интерактивные форматы взаимодействия общества и органов власти, делают властные структуры более открытыми, достигаемыми для граждан, содействуют координации совместной деятельности.

При этом в качестве основной площадки социально-сетевое взаимодействие граждан и органов власти рассматриваются электронные платформы обработки сообщений граждан, онлайн-голосований и сбора предложений и идей по вопросам развития территорий (например, «Действуем

вместе» в Курской области, «Активный гражданин» в Москве, «Народная экспертиза» в Белгородской области).

Экспертами из пула «Медиаторы» было обращено внимание на то, что в субъектах РФ запущены Центры управления регионами (далее – ЦУР). Такие центры представляют собой единый пункт мониторинга сети «Интернет», в который поступают и оперативно отрабатываются проблемные вопросы граждан по всем направлениям, связанным с жизнью местных сообществ, составляется аналитика по проблемным ситуациям в области социально-экономического развития. На основе этих данных в дальнейшем принимаются управленческие решения с учетом социального запроса. И здесь следует поддержать мнение эксперта о важности деятельности ЦУРов.

Начав свою деятельность в 2019 г., эти центры смогли выстроить эффективную систему коммуникации власти с жителями. К сегодняшнему дню, используя аналитику запросов граждан, время отработки обращений удалось сократить в 2,5 раза и на местах принять более тысячи управленческих решений в таких сферах, как социальное обеспечение, жилищно-коммунальное хозяйство, благоустройство⁵.

Необходимо отметить, что ЦУРы работают не только в субъектах страны, но и в 530 муниципальных образованиях России. В Курской области они функционируют во всех муниципальных районах⁶. К системе мониторинга ЦУРов подключены более 100 тыс. страниц государственных учреждений в социальных сетях. Кроме того, активно подключают к обратной связи ресурсоснабжающие и управляющие организации. Сейчас по стране их уже 327. На сегодняшний день можно утверждать, что данный канал, созданный для мониторинга мнения населения, используется достаточно эффективно.

В настоящее время определенная часть исследователей видит главную цель цифровизации публичного управления в том, чтобы научить граждан использовать цифровые сервисы в демократическом управлении, а не в том, чтобы заставить их пользоваться данными сервисами при получении государственных и муниципальных услуг [Лаврик, 2017]. Ранее проведенное авторами исследование, показывает, что в вопросах самоуправления и соуправления

⁵ ТАСС (Четверг 1 дек. 2022). Время отработки обращений благодаря Центрам управления регионами сократилось в 2,5 раза. Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/16472079> (дата обращения: 22.12.2022).

⁶ Центр управления регионом Курской области. Официальная страница «ВКонтакте». Режим доступа: <https://vk.com/tsur46> (дата обращения: 22.12.2022).

с органами власти, подразумевающих формирование активной позиции граждан и их привлечение к совместному решению общественно значимых проблем, потенциал цифровых сервисов в организации социально-сетевых взаимодействия используется недостаточно эффективно [Зотов и др., 2021a]. Взаимодействие всех субъектов в публичной сфере коммуникаций должно носить регулярный характер. Для этого необходимо организовать прямой диалог с гражданами, создать механизмы, при помощи которых граждане смогут согласовывать и реализовывать свои цели, интересы. Это будет содействовать усилению активной гражданской позиции, укреплению разделяемой всеми системы ценностей и формированию высокого уровня гражданской культуры.

Следующий вопрос был направлен на выявление консолидационной роли социально-сетевых структур. Большинство экспертов согласилось с тем, что социально-сетевое пространство способно объединить и мотивировать к солидарным действиям представителей разных социальных групп. Однако следует отметить позицию одного из экспертов из пула «Научное сообщество», который выразил следующее мнение: «Сегодня мировые тренды формирования социально- сетевого пространства направлены на создание метавселенных, экосистем. Это, с одной стороны, создает новые возможности для формирования диалоговой среды в системе „власть–общество“, закладывает фундамент реализации концепции „общества электронной демократии“. Но с другой стороны, социально-сетевое пространство является „плодородной“ средой распространения фейков со стороны лиц, заинтересованных в дестабилизации ситуации... Здесь заключается серьезная угроза: публичное управление из реального инструмента коммуникативного взаимодействия в социальных сетях превращается в „цифровой диктат“. И это нужно учитывать в процессе дальнейшего развития цифровых экосистем...».

Другой эксперт, представляющий органы государственной власти/органы местного самоуправления, указал на тот факт, что «если социальные сети становятся монополистами в политическом поле, то они задают свои правила „политической игры“, оказывая существенное влияние на практики публичного управления».

Таким образом, можно зафиксировать опасения экспертов относительно того, что государство лишается роли властного, координирующего центра в пространстве публичных коммуникаций в пользу иных акторов этого пространства, которые стремятся к манипулированию

информационной повесткой, тем самым наблюдается «подмена реального политического участия виртуальным, а также появление в цифровом пространстве акторов с неопределяемыми интересами и скрытыми бенефициарами» [Володенков и др., 2022, с. 245]. Их инструментом становится троллинг на дискуссионных онлайн-платформах, который нацелен на разрушение естественного потока общения и провоцирование эмоционально негативной реакции членов сетевого сообщества за счет публикации неприемлемых (агрессивных или провокационных) комментариев. Это вынуждает органы власти поначалу исключать крайне злостных нарушителей, а впоследствии закрыть сервис комментариев как таковой. Определенно это снижает уровень негатива в официальных аккаунтах органов власти. Но довольно часто последние начинают злоупотреблять ситуацией и блокируют не только деструктивных акторов сетевого пространства публичных коммуникаций, но и любого критически настроенного. Тем самым, перед органами власти возникает дилемма об открытости/закрытости их сетевых сообществ. И здесь следует согласиться с мнением ученых, что возможность результативного взаимодействия граждан и государства в целом зависит от политического самосознания представителей сообщества [Eriksson, Vogt, 2013], от зрелости политических институтов общества [Маневский, 2019].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Анализируя полученные ответы, следует отметить, что в современных условиях в системе публичного управления наблюдается устойчивый

тренд на внедрение цифровых сервисов в процесс оказания государственных и муниципальных услуг, создание электронных платформ интерактивного взаимодействия с гражданами. Благодаря этому появляются новые возможности организации публичного управления на институциональном уровне. Однако очевидно, что субъекты РФ расположились у стартовой площадки своего пути цифровизации и им еще немало предстоит сделать для того, чтобы по-настоящему завершить цифровую трансформацию системы публичного управления. На сегодняшний день основным направлением федеральной повестки цифровизации системы публичного управления является оптимизация предоставления государственных и муниципальных услуг при комплексном, проактивном решении жизненных ситуаций граждан и бизнеса путем перехода к цифровому формату. Но цифровизация деятельности органов власти дает хороший прирост улучшений не только в деле обеспечения качества предоставления услуг населению страны, но и в совершенствовании механизма обратной связи, повышении вовлеченности населения в процесс решения общественно-значимых вопросов. Это дает надежду, что внедрение цифровых технологий в работу органов власти с населением будет способствовать переходу к интерактивному взаимодействию от информирования и сервисного обслуживания граждан.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Володенков С.В., Федорченко С.Н., Артамонова Ю.Д. (2022). Социотехническая реальность цифрового пространства современной политики: структура и особенности // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. Т. 18, № 3. С. 230–253. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2022.301>
- Добролюбова Е.И. (2020). Цифровизация государства: ловушки и перспективы // Экономическое развитие России. Т. 27, № 3. С. 58–61.
- Зотов В.В., Боев Е.И., Василенко Л.А. (2021а). Гражданская активность населения в социально-сетевом пространстве региона // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. Т. 11, № 2. С. 203–216.
- Зотов В.В., Захаров В.М., Сапрыка В.А. (2021б). Цифровизация публичного управления: электронная демократия vs электронное правительство // *Nomothetika: Философия. Социология. Право*. Т. 46, № 2. С. 250–262. <https://doi.org/10.52575/2712-746x-2021-46-2-250-262>
- Корнилович В.А., Арамян К.А., Милехин А.В., Миронов А.В. (2021). Устойчивость государственной системы в условиях цифровой трансформации // *Цифровая социология*. Т. 4, № 2. С. 13–22. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-2-13-22>
- Купряшин Г.Л. (2016). Публичное управление // *Политическая наука*. № 2. С. 101–131.
- Лаврик Н.В. (2017). Электронная демократия: мировой опыт // *Вестник Забайкальского государственного университета*. Т. 23, № 2. С. 67–75. <https://doi.org/10.21209/2227-9245-2017-23-2-67-75>

Левин А.И., Шошина В.И. (2019). Тенденции развития государственного управления в условиях цифровизации экономики // Государство и общество: вчера, сегодня, завтра. № 2. С. 5–10.

Маневский Е.В. (2019). Факторы развития электронной демократии в современном обществе // Политика и общество. № 2. С. 15–20. <https://doi.org/10.7256/2454-0684.2019.2.21852>

Соловьев А.И., Пушкарева Г.В. (2020). Гражданский сектор государственного управления: новые формы самоорганизации и участия населения в условиях цифровизации публичного пространства // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. № 5(102). С. 67–75. <https://doi.org/10.22204/2587-8956-2020-102-05-67-75>

Тихонов А.В., Богданов В.С. (2020). От «умного регулирования» к «умному управлению»: социальная проблема цифровизации обратных связей // Социологические исследования. № 1. С. 74–81. <https://doi.org/10.31857/s013216250008325-0>

Шарков Ф.И. (2019). Социальные сети как основа формирования пространства публичных коммуникаций // Коммуникология. Т. 7, № 4. С. 32–40. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2019-7-4-32-40>

Eriksson K., Vogt H. (2013). On self-service democracy: configurations of individualizing governance and self-directed citizenship // European Journal of Social Theory. V. 16, no. 2. Pp. 153–173. <https://doi.org/10.1177/1368431012459693>

REFERENCES

Dobrolyubova E.I. (2020), “Digitalization of the state: traps and perspectives”, *Russian economic developments*, vol. 27, no. 3, pp. 58–61 (in Russian).

Eriksson K., Vogt H. (2013), “On self-service democracy: configurations of individualizing governance and self-directed citizenship”, *European Journal of Social Theory*, vol. 16, no. 2, pp. 153–173, <https://doi.org/10.1177/1368431012459693>

Kornilovich V.A., Aramyani K.A., Milekhin A.V., Mironov A.V. (2021), “Sustainability of the state system in the context of digital transformation”, *Digital Sociology*, vol. 4, no. 2, pp. 13–22, <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-2-13-22> (in Russian).

Kupyryashin G. (2016), “Public Administration”, *Political science*, no. 2, pp. 101–131 (in Russian).

Lavrik N.V. (2017), “Electronic democracy: international experience”, *Transbaikal State University Journal*, vol. 23, no. 2, pp. 67–75, <https://doi.org/10.21209/2227-9245-2017-23-2-67-75> (in Russian).

Levin A.I., Shoshina V.I. (2019), “Trends of development of public administration in the conditions of digitization of economy”, *State and society: yesterday, today, tomorrow*, no. 2, pp. 5–10 (in Russian).

Manevskii E.V. (2019), “Factors of development of e-democracy in modern society”, *Politics and Society*, no. 2, pp. 15–20, <https://doi.org/10.7256/2454-0684.2019.2.21852> (in Russian).

Sharkov F.I. (2019), “Social networks as the basis for the formation of public communication space”, *Communicology*, vol. 7, no. 4, pp. 32–40, <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2019-7-4-32-40> (in Russian).

Solovyov A.I., Pushkareva G.V. (2020), “Civil sector of state governance: new forms of self-organization and the community’s participation in the context of digitization of the public space”, *Russian Foundation for Basic Research journal. Humanities and social sciences*, no. 5(102), pp. 67–75, <https://doi.org/10.22204/2587-8956-2020-102-05-67-75> (in Russian).

Tikhonov A., Bogdanov V. (2020), “From ‘smart regulation’ to ‘smart management’: social issue of feedback digitalization”, *Sociological Research*, no. 1, pp. 74–81, <https://doi.org/10.31857/s013216250008325-0> (in Russian).

Volodenkov S.V., Fedorchenko S.N., Artamonova J.D. (2022), “Sociotechnical reality of the digital space of contemporary politics: structure and features”, *Political Expertise: POLITEX*, vol. 18, no. 3, pp. 230–253, <https://doi.org/10.21638/spbu23.2022.301> (in Russian).

Zotov V.V., Boev E.I., Vasilenko L.A. (2021a), “Civic activity in the region’s socio-network space”, *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, vol. 11, no. 2, pp. 203–216 (in Russian).

Zotov V.V., Zakharov V.M., Sapryka V.M. (2021b), “Digitalization of public administration: e-democracy vs e-government”, *NOMOTHETIKA: Philosophy. Sociology. Law*, vol. 46, no. 3, pp. 250–262, <https://doi.org/10.52575/2712-746x-2021-46-2-250-262> (in Russian).

Проблематика цифровых технологий и искусственного интеллекта в научных работах

УДК 001.5 (316) DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-1-13-20

Получено 01.02.2023 Доработано после рецензирования 02.03.2023 Принято 16.03.2023

Тимохович Александра Николаевна

Канд. психол. наук, доц. каф. рекламы и связей с общественностью

ORCID: 0000-0001-5326-5975

E-mail: an_timokhovich@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Самоходкина Елена Геннадьевна

Главный специалист

ORCID: 0000-0002-3162-3097

E-mail: slava-eugen@yandex.ru

Всероссийский Институт научной и технической информации Российской Академии Наук, г. Москва, Россия

Самоходкин Евгений Вячеславович

Магистрант

ORCID 0000-0003-3791-0123

E-mail: rodentforme@gmail.com

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Эльзон Алиса Андреевна

Магистрант

ORCID 0000-0003-3524-434X

E-mail: alisaelzon@gmail.com

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье приведены результаты исследования, направленного на выявление тенденций в освещении проблематики цифровых технологий и искусственного интеллекта в научных работах. Выявлены семантические единицы, отражающие аспекты цифровизации, искусственного интеллекта, расширенной реальности. Основными семантическими единицами, отражающими различные аспекты исследуемой области, выступали: цифровизация; искусственный интеллект (дополнительные семантические единицы: представление знаний, доказательство теорем, компьютерное зрение, робототехника, машинное обучение, многоагентные системы, инструментальные средства искусственного интеллекта); нейронные сети (дополнительные семантические единицы: обучение с учителем, обучение без учителя, входные данные); сильный или общий искусственный интеллект, слабый или прикладной искусственный интеллект; голосовой помощник

«Маруся», голосовой помощник «Алиса», голосовой помощник Siri, голосовой помощник Vixby, Google Ассистент; распознавание речи, распознавание отпечатков пальцев, идентификация лица человека. Упорядочены и графически визуализированы количественные изменения в освещении проблематики цифровых технологий, искусственного интеллекта, элементов расширенной реальности в научных работах ученых за период с 2016 г. по 2021 г. Приведен анализ количественных характеристик материалов и содержательной составляющей семантических единиц по обозначенной теме. Предметом исследования являлись публикации российских и зарубежных авторов, затрагивающих проблематику цифровизации и искусственного интеллекта, внесенные в базу данных Всероссийского института научной и технической информации Российской академии наук (ВИНИТИ РАН) за период с 2016 г. по 2021 г.

Ключевые слова

Цифровизация, искусственный интеллект, цифровые технологии, инструменты цифровизации, семантические единицы, база данных, нейронные сети, научные труды

Для цитирования

Тимохович А.Н., Самоходкина Е.Г., Самоходкин Е.В., Эльзон А.А. Проблематика цифровых технологий и искусственного интеллекта в научных работах // Цифровая социология. 2023. Т. 6, № 1. С. 13–20.

© Тимохович А.Н., Самоходкина Е.Г., Самоходкин Е.В., Эльзон А.А., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Digital technology and artificial intelligence issues in scientific works

Received 01.02.2023

Revised 02.03.2023

Accepted 16.03.2023

Alexandra N. Timokhovich

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Advertising and PR Department

ORCID: 0000-0001-5326-5975

E-mail: an_timokhovich@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Elena G. Samokhodkina

Chief Specialist

ORCID: 0000-0002-3162-3097

E-mail: slava-eugen@yandex.ru

Russian Institute of Scientific and Technical Information of the Russian Academy of Sciences (VINITI RAS), Moscow, Russia

Evgeny V. Samokhodkin

Graduate Student

ORCID 0000-0003-3791-0123

E-mail: rodentforme@gmail.com

State University of Management, Moscow, Russia

Alisa A. Elzon

Graduate Student

ORCID 0000-0003-3524-434X

E-mail: alisaelzon@gmail.com

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article presents the results of a study to identify trends in the coverage of digital technology and artificial intelligence in scientific papers. Semantic units reflecting aspects of digitalization, artificial intelligence, augmented reality are revealed. The main semantic units, reflecting different aspects of the research field are digitalization; artificial intelligence (additional semantic units: knowledge representation, theorem proving, computer vision, robotics, machine learning, multi-agent systems, artificial intelligence tools); neural networks (additional semantic units: learning with a teacher, learning without a teacher, input data); strong or general artificial intelligence, weak or applied artificial intelligence; Marusya voice assistant, Alisa voice assistant, Siri voice assistant, Bixby voice assistant, Google Assistant; speech

recognition, fingerprint recognition, human face identification. Quantitative changes in the coverage of digital technologies, artificial intelligence, augmented reality elements in scientific papers of scientists for the period from 2016 to 2021 are presented and graphically visualized. The analysis of quantitative characteristics of materials and content component of semantic units on the indicated theme is given. The subject of the study is the publications of Russian and foreign authors, dealing with the issues of digitalization and artificial intelligence, included in the database of the Russian Institute of Scientific and Technical Information of the Russian Academy of Sciences (VINITI RAS) for the period from 2016 to 2021.

Keywords

Digitalization, artificial intelligence, digital technology, digitalization tools, semantic units, database, neural networks, scientific works

For citation

Timokhovich A.N., Samokhodkina E.G., Samokhodkin E.V., Elzon A.A. (2023) Digital technology and artificial intelligence issues in scientific works, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 1, pp. 13–20. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-13-20

© Timokhovich A.N., Samokhodkina E.G., Samokhodkin E.V., Elzon A.A., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

В современном постиндустриальном мире происходит динамичное развитие и адаптация процесса цифровизации как неотъемлемого аспекта глобализации. Цифровизация находит широкое применение в различных областях общественной деятельности и жизни человека: в медицине, в образовании, в сфере культуры и искусства, в области промышленности и в производстве. Внедряется ряд цифровых инструментов и технологий, таких как AR (англ. augmented reality – дополненная реальность); VR (англ. virtual reality – виртуальная реальность); NR (англ. new reality – новая реальность); 5G-связь; чат-боты в цифровой среде сети «Интернет» (далее – Интернет), которые могут быть использованы во всех областях взаимодействия с человеком.

Теоретические основания широкого распространения цифровых инструментов представлены в работах российских и зарубежных авторов. Базисом современных разработок в области цифровизации является открытие английского физика Чарльза Уитстона в 1837 г., который доказал, что человеческий мозг анализирует внешний мир в виде двухмерного изображения; то есть глаз человека улавливает двухмерность, далее мозг человека переводит двухмерные изображения в трехмерные [Филенко, 2017].

Современные цифровые технологии сопряжены с технологиями искусственного интеллекта, расширенной реальности и прочего. Технология виртуальной реальности является комплексной технологией, с использованием которой человек может быть погружен в иммерсивный виртуальный мир с помощью применения специальных устройств и оборудования. Иммерсивные технологии представляют собой комплекс методов, которые обеспечивают погружение человека в виртуальный мир [Бохонко и др., 2021].

Дополненная реальность представляет собой среду с некоторым дополнением элементов физического мира цифровыми данными с применением цифровых устройств, программных и аппаратных средств [Kumar, Ghoshal, 2022].

Расширенная реальность (англ. extended reality – XR) включает в себя виртуальную реальность, дополненную реальность и иные создающие эффект присутствия технологии. Любые технологии расширенной реальности можно рассмотреть в качестве средства взаимодействия человека с искусственной компьютерной средой [Ситникова, Кутенева, 2018; El Jamiy, Marsh, 2019]. Технологии расширенной реальности, инструменты цифровизации становятся объектами исследования в разных научных областях.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH METHODOLOGY

Цель исследования: выявить тенденции в освещении проблематики цифровых технологий и искусственного интеллекта в научных работах ученых.

Задачи исследования:

- выявить семантические единицы, отражающие аспекты цифровизации, искусственного интеллекта, расширенной реальности;
- выявить количественные изменения в освещении проблематики цифровых технологий, искусственного интеллекта, элементов расширенной реальности в научных работах ученых;
- провести анализ количественных характеристик материалов и содержательной составляющей семантических единиц.

Объект исследования: публикации российских и зарубежных авторов, затрагивающих проблематику цифровизации и искусственного интеллекта. Предмет исследования: публикации российских и зарубежных авторов, затрагивающих проблематику цифровизации и искусственного интеллекта, внесенные в базу данных Всероссийского института научной и технической информации Российской академии наук (далее – ВИНТИ РАН). Временные рамки исследования: 2016–2021 гг.

Для проведения настоящего исследования была построена выборочная совокупность документов для определения количественных значений научных статей и материалов, в которых рассматриваются определенные контексты применения инструментов цифровизации и искусственного интеллекта. В выборочную совокупность были включены материалы, соответствующие выделенным семантическим единицам. Для выделения семантических единиц был произведен анализ наиболее часто встречающихся ключевых слов, используемых при составлении рубрикатора.

Были выделены основные семантические единицы, отражающие различные аспекты исследуемой области: цифровизация; искусственный интеллект (дополнительные семантические единицы: представление знаний, доказательство теорем, компьютерное зрение, робототехника, машинное обучение, многоагентные системы, инструментальные средства искусственного интеллекта); нейронные сети (дополнительные семантические единицы: обучение с учителем, обучение без учителя, входные данные); сильный или общий искусственный интеллект, слабый или прикладной искусственный интеллект; голосовой помощник «Маруся», голосовой помощник «Алиса», голосовой помощник Siri, голосовой помощник Vixby, Google Ассистент; распознавание

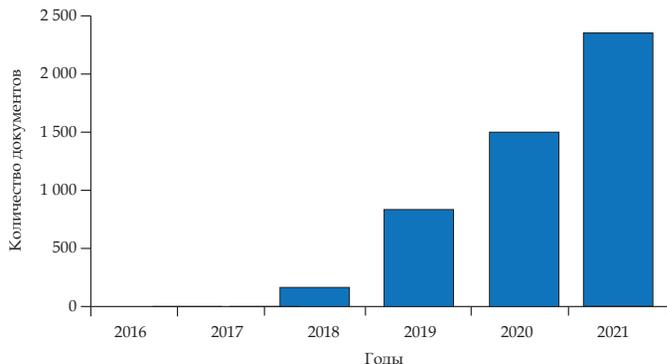
речи, распознавание отпечатков пальцев, идентификация лица человека.

В соответствии с выделенными семантическими единицами осуществлялась выгрузка научных работ из базы данных ВИНТИ РАН по годам (за период с 2016 г. по 2021 г.), содержащих в своем названии определенные семантические единицы; далее проводился анализ содержания семантических единиц, а также количественный анализ научных работ, соответствующих заданным требованиям.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH RESULTS

В работах авторов по различным областям наук наблюдается рост интереса к изучению проблематики расширенной реальности: в базе данных ВИНТИ РАН представлено 292 документа по наличию слов «augmented reality» в заголовке в период 2016–2021 гг.; 191 документ по наличию слов «virtual reality» в заголовке в период 2016–2021 гг.; 63 документа по наличию слов «new reality» в заголовке в период 2016–2021 гг.

Согласно базе данных ВИНТИ РАН, за период с 2016 г. по 2021 г. обработано и внесено 4 857 документов, в которых приводится анализ различных аспектов цифровизации с позиции ряда наук (рис. 1).



Составлено авторами по материалам исследования /
Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 1. Динамика загрузки документов с 2016 г. по 2021 г., содержащих слово «цифровизация» в заголовке, в базе данных ВИНТИ РАН

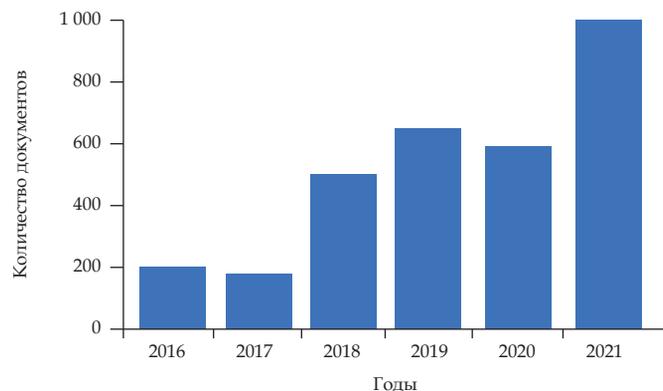
Fig. 1: Dynamics of document downloads from 2016 to 2021, containing the word "digitalization" in the title, in the VINITI RAS database

В выборочную совокупность включались документы, имеющие слово «цифровизация» в своем заглавии. В 2016 г. было представлено две научные статьи по обозначенной теме, в 2017 г. – 16 научных работ, в 2018 г. – 169 публикаций, в 2019 г. – 836 статьи, в 2020 г. – 1 498 работы, в 2021 г. – 2 336 научных трудов. Полученные

статистические данные иллюстрируют постепенный рост вовлеченности представителей сегментов бизнеса и органов государственного управления в процесс цифровизации, что фиксируется в заголовках анализируемых материалов.

Важно отметить, что влияние цифровизации распространяется на все области жизнедеятельности человека в современном обществе, происходит внедрение цифровых инструментов и технологий в различные привычные для индивида комплексы принятий решений. Как следствие, формируется необходимость в разработке и постепенном внедрении определенного цифрового помощника, обладающего большими вычислительными способностями. В этом ключе происходит интенсивное развитие искусственного интеллекта, способного упрощать совокупность действий, необходимых для совершения человеком в контексте достижения желаемого результата.

Согласно базе данных ВИНТИ РАН, за период с 2016 г. по 2021 г. обработано и внесено 2 848 научных документов, в которых искусственный интеллект рассматривается в качестве ключевого или со-главного объекта (рис. 2). В выборочную совокупность были включены документы, содержащие словосочетание «искусственный интеллект» в своем заглавии. В 2016 г. представлена 171 научная статья, в 2017 г. – 130 научных работ, в 2018 г. – 317 публикаций, в 2019 г. – 649 статей, в 2020 г. – 584 работы, в 2021 г. – 997 научных трудов. Таким образом, развитие искусственного интеллекта и его последующая адаптация является важной темой научных трудов, что отражается в увеличении числа публикаций.



Составлено авторами по материалам исследования /
Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 2. Динамика загрузки документов с 2016 г. по 2021 г., содержащих словосочетание «искусственный интеллект» в заголовке, в базе данных ВИНТИ РАН

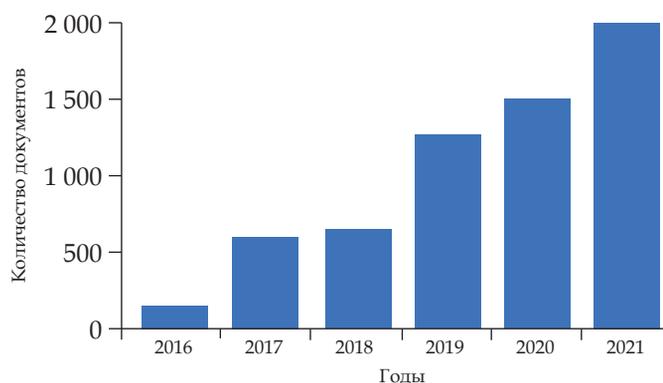
Fig. 2: Dynamics of document downloads from 2016 to 2021, containing the phrase "artificial intelligence" in the title, in the VINITI RAS database

Содержанием термина «искусственный интеллект», или «ИИ» как производная аббревиатура, является совокупность компьютерных технологий и систем, позволяющих моделировать интеллектуальное поведение и критическое мышление, свойственное человеку как биологическому, психическому и эмоциональному существу [Пройдаков, 2018]. Рассматривая искусственный интеллект как отдельную сферу научных исследований, необходимо отметить, что данная сфера имеет ряд направлений, которые могут быть востребованы в ближайшем будущем: во-первых, представление знаний (477 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН в период с 2016 г. по 2021 г.); во-вторых, доказательство теорем (15 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН в период с 2016 г. по 2021 г.); в-третьих, компьютерное зрение (161 публикация в базе данных ВИНТИ РАН с 2016 г. по 2021 г.); в-четвертых, машинное обучение (2 767 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН в период с 2016 г. по 2021 г.); в-пятых, робототехника (1 479 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН в период с 2016 г. по 2021 г.); в-шестых, многоагентные системы (543 публикации в базе данных ВИНТИ РАН в период с 2016 г. по 2021 г.); в-седьмых, инструментальные средства искусственного интеллекта (5 публикаций).

На данный момент наиболее востребованной является одна из областей изучения искусственного интеллекта – машинное обучение (2 767 научных работ), которое выражается в применении нейронных сетей. Именно нейронные сети наиболее часто упоминаются и анализируются в научных трудах с позиции их влияния на современное общество. Согласно базе данных ВИНТИ РАН, за период с 2016 г. по 2021 г. обработано и внесено 7 373 научных документа, в которых рассматривается проблематика применения нейронных сетей и анализируются возможности их развития в совокупности с областями потенциального применения. В выборочную совокупность были включены документы, в заголовках которых было словосочетание «нейронные сети». В 2016 г. представлена 171 научная статья, в 2017 г. – 727 научных работ, в 2018 г. – 781 публикация, в 2019 г. – 1 208 статей, в 2020 г. – 1 610 работ, в 2021 г. – 2 011 научных трудов. В диаграмме прослеживается актуальность рассматриваемой темы, выражающаяся в увеличении числа исследовательских публикаций за обозначенный период времени (рис. 3).

Обучение нейронных сетей представляет собой закрепление с позиции искусственного интеллекта правильного ответа и, как следствие, набора

действий, приводящих к корректному результату. Также возможно полное подавление совокупности принятых решений, приводящих к неправильному ответу или некорректному результату. Необходимо отметить, что в данных наборах действий каждое решение может являться обособленным и не иметь взаимосвязи с предыдущими или последующими действиями. В целом, обучение необходимо разделить на две категории, использование которых может быть последовательным в ходе развития искусственного интеллекта.



Составлено авторами по материалам исследования /
Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 3. Динамика загрузки документов с 2016 г. по 2021 г., содержащих словосочетание «нейронные сети» в заголовке, в базе данных ВИНТИ РАН

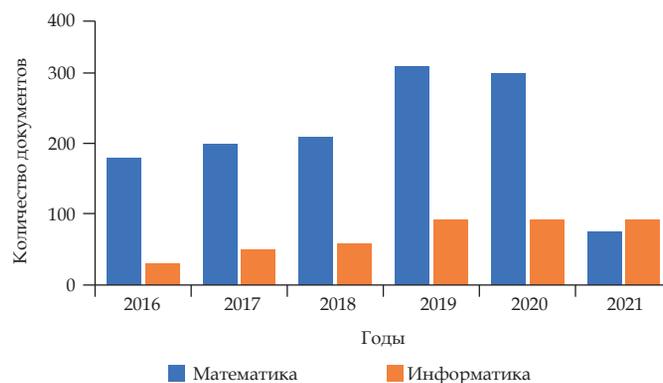
Fig. 3: Dynamics of document downloads from 2016 to 2021, containing the phrase "neural networks" in the title, in the VINITI RAS database

Первый тип обучения представляет собой обучение без учителя (26 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН в период с 2016 г. по 2021 г.). В этом случае процесс обучения представляет собой примитивную классификацию (или кластеризацию), то есть «нахождение общего в исходном (или входном) наборе данных с последующим их распределением по заданному количеству категорий классификации» [Бураков, 2022].

Второй тип обучения – это обучение с учителем (48 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН в период с 2016 г. по 2021 г.). Обучение с учителем отличается наличием определенного маркера (так называемой конечной цели), представленного на каждой условной единице входных данных (468 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН в период с 2016 г. по 2021 г., отобранных по словосочетанию «входные данные» в заголовках). Ключевой задачей является информирование нейронной сети о корректном и неправильном конечном объекте. Например, в процессе обучения искусственного интеллекта предоставляются фотографии с красными

и зелеными цветами, солнце и луна, вилка и ложка, вода и огонь и т.д. Иными словами, нейросети предоставляется информация с обозначением правильного и неправильного ответа; эти данные носят противоположный характер по отношению друг к другу. В ходе обучения нейронная сеть анализирует каждую единицу данных и формирует собственный набор фильтров, предполагаемо связанных с детальным установлением признаков, наиболее характерных для исследуемого объекта. Поскольку на данный момент времени неизвестен алгоритм принятия решений, то оценить правильность логических построений искусственного интеллекта представляется возможным только по конечным результатам [Lazaridis et al., 2020]. Важно отметить, что «с каждым новым объемом обучающих данных нейросеть на выходе будет выдавать вероятность правильного ответа, приближаясь к единице (100 %)» [Андерсон и др., 2022]. Соответственно, с позиции таких наук, как математика и информатика, происходит процесс вынужденной адаптации самого искусственного интеллекта в аспекте принятия искомого правильного ответа, заданного и контролируемого самим человеком.

Согласно базе данных ВИНТИ РАН, за период с 2016 г. по 2021 г. представлено 383 научных труда, в рамках которых приводится анализ развития искусственного интеллекта в контексте информатики, и 1 249 публикаций – в контексте математики. Выборочная совокупность научных текстов была проведена в соответствии с научными областями (информатика и математика), а также с учетом наличия в заголовках словосочетания «нейронные сети». В 2016 г. представлено 166 научных статей по математике и 34 по информатике, в 2017 г. – 210 научных работ по математике и 45 по информатике, в 2018 г. – 205 публикаций по математике и 56 по информатике, в 2019 г. – 304 статьи по математике и 82 по информатике, в 2020 г. – 292 работы по математике и 86 по информатике, в 2021 г. – 72 научных труда по математике и 81 по информатике. В полученных данных наблюдается значительный рост научных публикаций по тематике нейросетей в области математики (рис. 4). Общее падение числа научных публикаций с 2020 г. предположительно может быть связано с замедлившимся изучением искусственного интеллекта в аспекте получения новых открытий и результатов в области нейронных сетей по причине вынужденных ограничений федерального значения в борьбе против пандемии коронавирусной инфекции COVID-19.



Составлено авторами по материалам исследования /
Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 4. Динамика загрузки документов с 2016 г. по 2021 г., содержащих словосочетание «нейронные сети» в заголовке, по математике и информатике в базе данных ВИНТИ РАН

Fig. 4: Dynamics of document downloads from 2016 to 2021, containing the phrase "neural networks" in the title, on mathematics and computer science in the VINITI RAS database

Существует подход к выделению двух типов искусственного интеллекта по степени его распространения: сильный (11 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН за период с 2016 г. по 2021 г. по ключевым словам «сильный искусственный интеллект» или «общий искусственный интеллект» в заголовках) и слабый (13 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН за период с 2016 г. по 2021 г. по ключевым словам «слабый искусственный интеллект» или «прикладной искусственный интеллект» в заголовках). Необходимо отметить, что данная классификация не является строго научной и представляет собой попытку условного деления искусственного интеллекта в аспекте первичного понимания. Первому виду искусственного интеллекта (также классифицируемого как общий искусственный интеллект) характерны навыки обучения, сопоставимого с общечеловеческими параметрами усвоения информации в контексте ее дальнейшего применения на различных стадиях развития человека как личности и на разных этапах взаимодействия с другими индивидами в рамках современного общества [Furber, 2016; Таулли, 2021]. Таким образом, тенденцией развития данного вида искусственного интеллекта является динамичное усиление своих позиций по сравнению с общим развитием человека и, как следствие, получение существенных преимуществ в этом аспекте.

Второму виду искусственного интеллекта (также классифицируемого как прикладной искусственный интеллект) характерны более упрощенные

навыки, заключающиеся в возможности решения только одной задачи. Примерами такого искусственного интеллекта могут являться голосовые помощники приложений социальной сети «ВКонтакте» и «Яндекса»: «Маруся» (6 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН за период с 2016 г. по 2021 г.) и «Алиса» (41 публикация в базе данных ВИНТИ РАН за период с 2016 г. по 2021 г.); встроенные в операционные системы смартфонов компаний Apple и Samsung – Siri (16 публикаций в базе данных ВИНТИ РАН за период с 2016 г. по 2021 г.) и Vixby; являющийся дополнительным техническим функционалом браузера Google Chrome – Google Ассистент (1 публикация в базе данных ВИНТИ РАН за период с 2016 г. по 2021 г.). В ходе разработки слабого искусственного интеллекта задействованы большие вычислительные мощности, необходимые для длительного обучения нейронных сетей. В частности, если рассматривать обозначенные раннее примеры прикладных искусственных интеллектов, то обучение связано с поиском информации при помощи различных цифровых сред и ее дальнейшим выведением на дисплеи разных устройств; с распознаванием речи (544 публикации в базе данных ВИНТИ РАН за период с 2016 г. по 2021 г.: в 2016 г. – 92 публикации, 2017 г. – 110 научных статей, в 2018 г. – 107 научных материалов, в 2019 г. – 115 статей, в 2020 г. – 63 материала, в 2021 г. – 57 научных статей), ее постобработкой и формированием релевантного запрашиваемой информации ответа; распознавание отпечатков пальцев (23 научных работы в базе данных ВИНТИ РАН за период с 2016 г. по 2021 г.: в 2016 г. – 5 научных публикаций, в 2017 г. – 3 публикации, в 2018 г. публикаций не было, в 2019 г. – 4 научные работы, в 2020 г. – 3 публикации, в 2021 г. – 8 работ) и идентификация лица человека (39 статей в базе данных ВИНТИ РАН за период с 2016 г. по 2021 г.: в 2016 г. – 3 работы, в 2017 г. – 2 публикации, в 2018 г. – 12 научных работ, в 2019 г. – 8 работ, в 2020 г. и в 2021 г. – по 7 публикаций). Таким образом, тенденцией развития данного вида искусственного интеллекта можно считать планомерное совершенствование всех типов систем искусственного интеллекта согласно их базовой

задаче, что будет оказывать непосредственное и положительное влияние на комфорт пользователя в цифровой среде [Шлишко и др., 2021].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В рамках проведенного анализа количественного аспекта научных материалов и содержательной части семантических единиц сформулируем выводы.

Во-первых, планомерное развитие и интеграция искусственного интеллекта как в повседневную жизнь человека, так и в узкоспециализированные области деятельности является многогранным процессом, о чем свидетельствуют статистические данные, проанализированные в ходе проведенного исследования базы данных ВИНТИ РАН.

Во-вторых, проблематика изучения использования инструментов и технологий цифровизации и искусственного интеллекта имеет возрастающую тенденцию. С каждым годом фиксируется увеличение количества научных работ, отчетов, материалов, имеющих в заголовках семантические единицы, прямо или косвенно связанные с обозначенной проблематикой.

В-третьих, наблюдается более узкая дифференциация направлений изучения и развития цифровых технологий и искусственного интеллекта: начиная с широкого разделения направлений исследований в области VR, AR и заканчивая определенными приемами и областями исследования (например, изучение нейронных связей).

В-четвертых, искусственный интеллект является перспективной областью научных исследований, поскольку предоставляет возможность замены человеческих функций, используя свое главное для техногенного общества преимущество – значительный объем вычислительных мощностей, и, как следствие, колоссальное количество одновременно изучаемой информации в совокупности с формированием уникальных алгоритмов и фильтров принятия решения.

В-пятых, проблематика цифровизации и использования технологий искусственного интеллекта требует решения поставленных задач с позиции разных наук, что, в свою очередь, обеспечивает достижение наиболее емкого и функционального решения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Андерсон К. и др. (2022). Искусственный интеллект, аналитика, новые технологии. М.: Альпина Паблишер. 200 с.
- Бохонко В.В., Щур И.А., Ивченко В.И., Мойсей О.Н., Константинова А.А. (2021). Применение расширенной реальности в промышленном дизайне // Актуальные вопросы машиностроения. № 10. С. 101–106.

Бураков М.В. (2022). Системы искусственного интеллекта. М.: Проспект. 440 с.

Пройдаков Э.М. (2018). Современное состояние искусственного интеллекта // Научно-исследовательские исследования. С. 129–153. <https://doi.org/10.31249/scis/2018.00.09>

Ситникова Е.С., Кутенева Т.А. (2018). Виртуальная и дополненная реальность: соотношение понятий // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы IV Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 23-24 апреля 2018 г.: в 2-х т. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета. Т. 1. С. 298–302.

Таулли Т. (2021). Основы искусственного интеллекта: нетехническое введение. СПб.: БХВ. 288 с.

Филенко С.С. (2017). Искусственный интеллект и искусство: точки соприкосновения // Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика: материалы I Международной научно-практической конференции, Москва 4–5 декабря 2017 г. Вып. 4. М.: Государственный университет управления. С. 242–246.

Шливко И.Л., Гаранина О.Е., Клеменова И.А., Ускова К.А., Миронычева А.М., Дардык В.И., Ласков В.Н. (2021). Искусственный интеллект: как работает и критерии оценки // Consilium Medicum. Т. 23, № (8). С. 626–632. <https://doi.org/10.26442/20751753.2021.8.201148>

El Jamiy F., Marsh R. (2019). Survey on depth perception in head mounted displays: distance estimation in virtual reality, augmented reality, and mixed reality // IET Image Processing. V. 13, no. 5. Pp. 707–712. <https://doi.org/10.1049/iet-ipr.2018.5920>

Furber S. (2016). Brain-inspired computing // IET Computers and Digital Techniques. V. 10, no. 6. Pp. 299–305. <https://doi.org/10.1049/iet-cdt.2015.0171>

Kumar R., Ghoshal B. (2022). Machine learning guided thermal management of Open Computing Language on CPU-GPU based embedded platforms // IET Computers and Digital Techniques. Vol. 17, no. 1. Pp. 20–28. <https://doi.org/10.1049/cdt2.12050>

Lazaridis A., Fachantidis A., Vlahavas I. (2020). Deep reinforcement learning: a state-of-the-art walkthrough // Journal of Artificial Intelligence Research. V. 69. Pp. 1421–1471. <https://doi.org/10.1613/jair.1.12412>

REFERENCES

Anderson K. et al. (2022), *Artificial intelligence, analytics, new technologies*, Alpina Publisher, Moscow, Russia (in Russian).

Bakhonka V.V., Shchur I.A., Ivchenko V.I., Maisei O.N., Konstantinova A.A. (2021), “Application of extended reality in industrial design”, *Mechanics of Machines, Mechanisms and Materials*, no. 10, pp. 101–106 (in Russian).

Burakov M.V. (2022), *Artificial intelligence systems [Sistemy iskusstvennogo intellekta]*, Prospekt, Moscow, Russia (in Russian).

El Jamiy F., Marsh R. (2019), “Survey on depth perception in head mounted displays: distance estimation in virtual reality, augmented reality, and mixed reality”, *IET Image Processing*, vol. 13, no. 5, pp. 707–712, <https://doi.org/10.1049/iet-ipr.2018.5920>

Filenko S.S. (2017), “Artificial intelligence and art: points of convergence”, In: *Step into the future: artificial intelligence and digital economy: proceedings of the I International Scientific-Practical Conference, Moscow, December 4–5, 2017*, issue 4, State University of Management Publ. House, Moscow, Russia, pp. 242–246 (in Russian).

Furber S. (2016), “Brain-inspired computing”, *IET Computers and Digital Techniques*, vol. 10, no. 6, pp. 299–305, <https://doi.org/10.1049/iet-cdt.2015.0171>

Kumar R., Ghoshal B. (2022), “Machine learning guided thermal management of Open Computing Language on CPU-GPU based embedded platforms”, *IET Computers and Digital Techniques*, vol. 17, no. 1, pp. 20–28, <https://doi.org/10.1049/cdt2.12050>

Lazaridis A., Fachantidis A., Vlahavas I. (2020), “Deep reinforcement learning: a state-of-the-art walkthrough”, *Journal of Artificial Intelligence Research*, vol. 69, pp. 1421–1471, <https://doi.org/10.1613/jair.1.12412>

Proydakov E.M. (2018), “Current state artificial intelligence”, *Science Studies*, pp. 129–153, <https://doi.org/10.31249/scis/2018.00.09> (in Russian).

Shlivko I.L., Garaniina O.E., Klemenova I.A., Uskova K.A., Mironycheva A.M., Dardyk V.I., Laskov V.N. (2021), “Artificial intelligence: how it works and criteria for assessment”, *Consilium Medicum*, vol. 23, no. 8, pp. 626–632, <https://doi.org/10.26442/20751753.2021.8.201148> (in Russian).

Sitnikova E.S., Kuteneva T.A. (2018), “Virtual and augmented reality: the relationship of concepts”, In: *Strategies for the development of social communities, institutions and territories: Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference, Yekaterinburg April 23–24, 2018*, vol. 1, Ural University Press, Yekaterinburg, Russia, pp. 298–302 (in Russian).

Taulli T. (2021), *Fundamentals of artificial intelligence: A non-technical introduction*, BHW, St. Petersburg, Russia (in Russian).

Единство традиции и новации как фактор устойчивого развития цифрового общества

УДК 316.4.057 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-1-21-28

Получено 09.02.2023 Доработано после рецензирования 13.03.2023 Принято 23.03.2023

Чернавин Юрий Александрович

Д-р филос. наук, проф. каф. социологии, психологии управления и истории

ORCID: 0000-0002-7848-8646

E-mail: uchernavin@yandex.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

На фоне множества сложных проблем, угрожающих устойчивому развитию мировой цивилизации, рассматривается диалектика традиции и новации в качестве закономерности социальной эволюции. Специфика ее реализации определяется конкретно-историческими условиями, позволяющими выделить три этапа развития: с доминированием традиции, преобладанием новации, единством традиции и новации. Необходимость подобного единства в цифровом обществе обусловлена его характеристиками «сложного» социума, общества риска, увеличением количества социальных онтологий, изменением показателей человеческой субъектности. Исчезающая однозначность причинно-следственных связей, растущая социальная неопределенность создают опасность схода с траектории устойчивого и эффективного развития, порождая потребность в ориентире,

оберегающем от ошибок. Таким ориентиром способен стать многовековой культурный опыт, предстающий в современном мире как традиция. Механизм единства традиции и новации выявляется при опоре на структуру духовной культуры, имеющей уровневый характер и обладающей поведенческими, мировоззренческими и генетическими образованиями. Реализация их потенциала представлена как учет требований, складывавшихся на протяжении тысяч лет в виде смыслов и архетипов, зачастую необъяснимых, но подвигающих к определенному выбору и поступкам. В целом речь идет о переходе от одного социального типа мышления и деятельности к другому, соответствующему цифровой цивилизации и способному обеспечить устойчивое развитие общества и личности.

Ключевые слова

Традиция, новация, единство традиции и новации, «сложное» общество, общество риска, человек традиционный, человек информационный, духовная культура

Для цитирования

Чернавин Ю.А. Единство традиции и новации как фактор устойчивого развития цифрового общества // Цифровая социология. 2023. Т. 6, № 1. С. 21–28.

© Чернавин Ю.А., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Unity of tradition and innovation as a sustainable development factor of digital society

Received 09.02.2023

Revised 13.03.2023

Accepted 23.03.2023

Yuriy A. Chernavin

Dr. Sci. (Philos.), Prof. at the Sociology, Management Psychology and History Department

ORCID: 0000-0002-7848-8646

E-mail: uchernavin@yandex.ru

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

Against the background of many complex problems threatening the sustainable development of world civilization, the dialectic of tradition and innovation is considered as a pattern of social evolution. The specifics of its implementation are determined by specific historical conditions that allow us to distinguish three stages of development – with the dominance of tradition, the predominance of innovation, the unity of tradition and innovation. The need for such unity in a digital society is due to its characteristics of a “complex society”, a risk society, an increase in the number of social ontologies, and changes in indicators of human subjectivity. The disappearing unambiguity of cause-and-effect relationships, growing social uncertainty create the danger of going off the trajectory of sustainable and effective development, generating the need for a guideline that protects

from mistakes. Centuries-old cultural experience, which appears in the modern world as a tradition, can become such a reference point. The mechanism of unity of tradition and innovation is revealed by relying on the structure of spiritual culture, which has a level character and has behavioral, ideological and genetic formations. The realization of their potential is presented as considering the requirements that have developed over thousands of years, and in the form of meanings and archetypes, often inexplicable, but encouraging certain choices and actions. In general, we are talking about the transition from one social type of thinking and activity to another, corresponding to the digital civilization and capable of ensuring the sustainable development of society and the individual.

Keywords

Tradition, innovation, tradition and innovation unity, “complex society”, risk society, traditional man, informational man, spiritual culture

For citation

Chernavin Yu.A. (2023) Unity of tradition and innovation as a sustainable development factor of digital society, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 1, pp. 21–28. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-21-28

© Chernavin Yu.A., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Современный мир – царство технологий, пронизывающих все сферы общественной жизни. Обладание ими обеспечивает той или иной стране, наднациональной корпорации экономическое и политическое доминирование в мировом сообществе, а отсутствие – гарантированный проигрыш в конкурентной борьбе и безнадежное отставание в развитии. Вследствие этого, стремление к умножению технологий, выступающих практическим воплощением передового научного знания, предстает одним из основных трендов социальной динамики государств и обществ, идущих по пути постиндустриализма.

Основой возникновения эффективной технологии – производственной, социальной, научной, управленческой и т.д. – является новация (новшество, нововведение). Новация находит выход из ранее небывалой и постоянно меняющейся ситуации, при этом, как правило, ломается устоявшийся – традиционный – порядок вещей, действий, способов мышления. Но в результате не только находится ответ на новые вызовы природы и социальной среды, но и обеспечивается высокая эффективность деятельности.

Новация, «победившая» традицию, главенствует в качестве способа индустриального и постиндустриального развития, ее значимость и роль еще более возрастают со вступлением развитых социумов в цифровую эпоху. Однако в погоне за технологической результативностью забыты более общие и более значимые для социального бытия преграды и трудности. Так, к концу XX-го столетия мировая цивилизация оказалась в плену множества глобальных проблем. Попытки их решения пока не улучшили ситуацию. Беднейшим странам по-прежнему грозит голод, не обузданы пандемии, разгораются локальные конфликты, грозящие мировой войной, планета замерла на пороге экологического кризиса, деформируются нравственные и религиозные ценности, нарабатываемые веками...

Стало быть, способность усилить эффективность деятельности посредством новации/технологии в какой-либо отрасли или сфере не обязательно обеспечивает беспроблемное развитие макросоциальных систем. Более того, появляется опасность уйти в сторону с путей устойчивой и эффективной эволюции либо оказаться в цивилизационном тупике. По-видимому, алгоритмы мышления и деятельности, сегодня заточенные на новацию, должны претерпеть некие трансформации, позволяющие перейти от одного социального типа к другому, соответствующему

становящейся цифровой цивилизации и культуре. Как ни парадоксально, смысл такого перехода заключается не только в продвижении вперед, но и в своеобразном «шаге назад», в возвращении к опыту традиционной культуры, к единству традиции и инновации. В обосновании необходимости и содержания подобного единства состоит исследовательская задача статьи.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ / METHODOLOGY

При обосновании заявленного в статье положения в качестве методологического рассматривается принцип единства сохранности и изменчивости. Сформулированный первоначально в биологии и психологии, он применим и к объяснению развития цивилизаций и социумов. Процессы сохранности (социальной наследственности) обеспечивают передачу сущностных структур и смыслов без искажения, а свойство изменчивости – основа активного приспособления общества к внешней среде и внутренним подвижкам – одновременно фактор необходимых преобразований. Противоречивое взаимодействие указанных тенденций поддерживает социальную эволюцию, обозначая в то же время пределы процессов.

Критический подход к противопоставлению традиционализма и антитрадиционализма в социальной эволюции позволил избежать крайностей в трактовке соответствующих процессов, а позиции Х.-Г. Гадамера и У. Бека по отношению к проблеме способствовали пониманию их взаимодействия.

Особенности современного постиндустриализма раскрываются при опоре на характеристики общества риска П. Лагатека, У. Бека, Э. Гидденса, Н. Лумана, концепции «индивидуализированного общества» У. Бека и З. Баумана, теорию «сложного» общества С.А. Кравченко. Для выявления уровневого строения духовной культуры применялись положения К. Юнга о глубинных смыслах человеческого духа, существующих, как правило, неосознанно.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESULTS

Первой исследовательской задачей, существенной для решения научной проблемы, является необходимость уточнения понятий – «традиция», «новация», «инновация». Под традицией понимаются разнообразные элементы социального и культурного наследия – смыслы, принципы, образцы, нормы, правила, требования. В них

воплощается общественная значимость опыта, накопленного на протяжении длительного развития социума и передаваемого от поколения к поколению. Сохраняющиеся в деятельности традиции, таким образом, не воспринимаются как нечто преходящее, имеющее во времени начало и конец. Это некое звено, соединяющее прошлое и будущее¹. Механизм реализации традиционных установлений связан с выполнением предписанных технологических операций, соблюдением их последовательности, а также с оценкой, благодаря которой традиции воспринимаются как залог эффективности и безошибочности.

Значения терминов «новация» и «инновация» в научной литературе не устоялись. Существующие подходы к их пониманию, как правило, представляют те или иные изменения в качестве новаций и инноваций. Например, одни возникают на индивидуально-личностном уровне, другие – на уровне социума. Или: первые характеризуют новшество в какой-либо технологии, вторые – отражаются на конечных результатах общественных преобразований и прочее. В нашем случае исследовательская задача связана не с динамикой инновации и новации, а с отношениями этих явлений с традицией, поэтому уместно использование обобщающего термина «новация». Под новацией понимается открытие, нововведение, способствующее утверждению социальной организации, мышлению и деятельности, основанных на принципах, нормах и методах, модернизирующих либо отрицающих ранее существовавшие традиционные явления подобного ряда.

«Традиция» и «новация», по сути, – парные категории, выявляющие социальные механизмы развития культур, обществ, цивилизаций. Взаимодействия между былым, устоявшимся и новым, становящимся, выступают как ответ социума на возникшие природные и социальные вызовы и необходимости. Вызовы имеют внутренний или внешний по отношению к обществу характер, обуславливают нюансы взаимопроникновения и противостояния традиции и новации, порождают тенденцию доминирования первого или второго на том или ином этапе истории. По большому счету, можно выделить три этапа соответствующего развития – с преобладанием традиции, затем новации, наконец, единства традиции и новации.

Исторически первый этап – господства традиции – соответствует длительному периоду в развитии культур в примитивных, затем традиционных обществах и продолжается вплоть до наступ-

ления Нового времени в Европе. В глазах «человека традиционного» мир, характеризующийся заведенным порядком, предстает как нечто неразрывно-целостное, священное и не подлежащее изменению. Статичному характеру общества соответствуют малоподвижные, воспроизводящиеся с постоянными характеристиками социальные структуры и институты, способы мышления, интерпретации, поведения. Видение природно-социальной целостности основывается на вере в существование неизменных абсолютов, связанных, прежде всего, с религиозно-мистическими представлениями о действительности. Мироззрение выстраивается как совокупность готовых ответов, объяснений, ценностных ориентиров, представляющих окружающий мир логичным и понятным. Веками нарабатанные схемы, сориентированные на неизменность общественной жизни, подпитывают социальную инерцию и не требуют каких-либо новаций ни в субъекте, ни в объекте деятельности. В подобной ситуации редкое и длительное по времени вызревание новшеств происходит на базе существующей культурной матрицы, которая одновременно и задает, и ограничивает размах и природу новации. Социальным механизмом сдерживания «ненужных» изменений является выработка соответствующих табу. В целом существующая традиция, сохраняя себя, блокирует появление новых технологий во всех сферах деятельности, снижает скорость исторической эволюции.

Известная замедленность развития в традиционном мире, тесная взаимосвязанность его элементов позволяет определить статику в качестве одной из главных характеристик данной социальной системы. Индустриальное общество – другая целостность. Его высокая динамика обусловлена новой социальной направленностью: не сохранение устоявшихся структур, но их постоянное обновление во имя эффективности всех видов деятельности. Происходит повсеместное распространение соответствующих принципов и характеристик общественных отношений, способов организации деятельности и управления. Мир вступает в эпоху постоянных изменений и новаций. Устойчивыми остаются лишь инварианты, определяющие общую направленность исторического процесса. Институты экономики, политики, духовной и социальной жизни характеризуются текучестью. Субъекты и объекты деятельности в таком социуме выступают как процесс. Их одновременная трансформация создает множество новых точек соприкосновения. В результате резко возрастает неопределенность ситуации, число вариантов и альтернатив возможного

¹ Ивин А.А. (2004). *Философия: энциклопедический словарь*. М.: Гардарики. 1072 с.

развития событий. Успешное решение новой проблемы в постоянно меняющихся условиях порождает новацию. В данном случае она возникает не только в ходе мутации существовавшего цивилизационного кода, а как дополнение к нему, инородное по содержанию и появившееся в ответ на внутренние или внешние вызовы.

По большому счету, автором новации в индустриальном обществе является человек, предпринимательская активность которого лежит в основе развития социума. «Человек традиционный», существовавший под гнетом разнообразных табу, превращается в «человека многомерного», обладающего многими степенями свободы, соответствующим способом мышления, познания, деятельности. Индивид нетрадиционного мира оказывается эффективным профессионалом при условии не только владения соответствующими методиками деятельности, но и обладания особыми личностными качествами. Применительно к своей концепции М. Вебер, обобщая эти качества, называл их «духом капитализма» [Вебер, 2021, с. 15]. При опоре на данный подход следует вести речь, с одной стороны, о напряженной деятельности специалиста, глубоко «врастающего» в производственную, управленческую, научную ситуацию, с другой, – о его способности «прочувствовать новацию», безошибочно выбрать вариант решения. То есть мерилем эффективности и успешности становится искусство новации, свойство креативности, свидетельствующее не только об отходе от шаблонов, но и обеспечивающее прогрессивное продвижение социума.

Во второй половине XX-го столетия наиболее развитые государства вступили в эпоху постиндустриального развития, чуть позже началась эра цифровизации. Соответствующие изменения коснулись как социума, так и человека. Применительно к социальной организации в рамках исследуемой проблемы значимы характеристики «сложного» общества и общества риска. К признакам «сложного» социума С. Кравченко относит: самоорганизацию и рефлексивность социальных акторов; возрастание скорости, нелинейности и альтернативности социальных изменений; плюрализацию рациональности; наличие виртуальной реальности; образование гибридов социального и физического и другое. В целом, сложность измеряется по шкале «детерминированность – недетерминированность поведения». Функционирование сложного общества оказывается трудно управляемым, хаотичным, неопределенным [Носкова, 2013]. В этом отношении сложный социум коррелирует с обществом риска. Соответствующие концепции П. Лагатека, У. Бека,

Э. Гидденса, Н. Лумана представляют риск как событие с вероятностными последствиями. Риски социальных и цифровых трансформаций вносят неопределенность в каждую сферу и ситуацию, теряется однозначность причинно-следственных связей, складываются условия для появления «нестандартных» векторов и факторов развития. При этом риски «второго модерна» являются результатом социальной деятельности. Если в период «первого модерна» риски (эпидемии, неурожай, наводнения) были внешними по отношению к управленческим решениям, то сегодня человечество имеет дело с социально обусловленными феноменами такого рода [Бек, 2001]. Они возникают, прежде всего, как результат научно-технической деятельности, для которой планета стала огромной лабораторией. Парадоксально, но для того, чтобы справиться с этими рисками, социум опять-таки развивает науку и технику [Якуничев, 2022]. То есть возникает некий замкнутый круг, вырваться из которого можно, нащупав соответствующую точку опоры.

В цифровом мире меняются характеристики человеческой субъектности. «Человек информационный», реализующий свою активность одновременно в двух измерениях – виртуальном и реальном – оказывается в ситуации кратно возросшей неопределенности, а постоянная погруженность в цифровую среду с ее погоней за «сетевым успехом» блокирует трансляцию традиционных культурных ценностей. Личностная социальная траектория становится свободной от каких-либо границ, текучей и пластичной.

Возникающий в обществе кумулятивный эффект срывает таким образом, что развивающийся социум локализуется не в точке бифуркации, а в состоянии бифуркации, когда результат преодоления одной неопределенности оказывается ситуацией последующей неопределенности. Все это угрожает развитием «вразнос», при котором размытые протоколы деятельности позволяют решить ближайшие задачи, но уводят в сторону от стратегических целей. По-видимому, господство новации, обеспечившее прорывы индустриального и постиндустриального развития, окончательно исчерпывает себя в цифровом обществе. Возникает необходимость в нетривиальных подходах и управленческих решениях, обеспечивающих как высокую динамику, так и устойчивость развития. Их смысл сводится к выявлению уже упомянутой точки опоры, некоего критерия, ориентира, оберегающего от принципиальных ошибок. Таким критерием способен выступить многовековой культурный опыт, концентрирующий в себе ценности,

смыслы, алгоритмы поведения и предстающий в современном мире как традиция.

В качестве методологической основы для последующих рассуждений рассматривается принцип единства сохранности и изменчивости. Свое известное проявление он находит в противостоянии традиционализма и антитрадиционализма, сводящего, однако, борьбу сохранности и изменчивости к доминированию либо практического опыта, либо разума с его высотами. Это крайние позиции, в соответствии с которыми в первом случае традиция, поддерживаемая опытом, выступает как некая самоочевидность и не нуждается в разумных основаниях. Во втором случае западноевропейская рационалистическая философия, начиная с Нового времени, полагает традицию предрассудком, который должен быть преодолен с помощью разума². Негативное отношение к предрассудку отклоняет Х.-Г. Гадамер. «Преодоление всех предрассудков, это наиболее общее требование Просвещения, само разоблачает себя в качестве предрассудка», – подчеркивает он [Гадамер, 1988, с. 328]. «Безусловной противоположности между традицией и разумом не существует» [Гадамер, 1988, с. 335]. Постоянное обращение к традиции с исследовательским вопросом, по Гадамеру, обеспечивает науке когнитивный эффект. На сходной позиции стоит У. Бек, полагающий, что риски современного мира могут иметь позитивные эффекты в случае переосмысления и реконструкции норм, регулировавших поведение в прошлом [Beck, 2015]. В случае с практикой развития цифрового общества его устойчивая траектория может быть поддержана единством социальной наследственности и изменчивости, традиции и новации. Рассмотрим далее, каким видится механизм данного единства.

Его выявление опирается на структуру духовной культуры, обладающей тремя слоями соответствующих образований: 1) поведенческий (поверхностный); 2) мировоззренческий (средний); 3) глубинный (генетический) [Чернавин, 1997]. Поведенческий слой объединяет ценности и нормы деятельности, общественно-психологические образования (общественное мнение и настроение), содержание социальной информации и коммуникации. Основой мировоззренческого слоя духовных образований является менталитет, также его составляют мировоззренческие и нравственные принципы, ценностные ориентации, идеологии, выраженные в формах науки, религии, идеологии, искусства и т.п. Наконец, генетический слой образуют своеобразные информационные матрицы особо устойчивого характера,

² Там же.

которые существуют, как правило, неосознанно. К. Юнг называл «архетипами» те первообразы, которые составляют содержание «коллективно-бессознательного» [Юнг, 1994, с. 126]. Человек либо общество до поры до времени могут не отдавать себе отчета в том, что где-то в глубинах индивидуального, группового, общественного сознания таится упорядоченная система смыслов и прообразов (например, по К. Юнгу, образ матери-земли, героя, демона и т.п.). Основная функция системы подобных архетипов – обретение родовым Человеком смысла жизни.

На социальной поверхности такие матрицы оказываются, во-первых, посредством деятельности, воплощаясь в идеалах, ценностях, пониманиях, нормах поведения, присутствуя тем или иным образом в содержании всех культурных слоев и составляя содержание духовности. Причем процессы подобного рода – это проявление не только социальной самоорганизации и саморегуляции, но и целенаправленный процесс. Так, функции передачи традиционной культуры последующим поколениям эффективны в Японии. Соответствующим институтом являются занятия традиционными японскими искусствами, тем или иным видом из которых занимается почти каждый японец на протяжении жизни. Во-вторых, образования глубинного слоя духовной культуры актуализируются как результат их теоретического осмысления. Такой процесс применительно, например, к золотому правилу нравственности прослеживается на протяжении многих веков развития моральной философии.

Верхние, поведенческие, слои и слои средние, мировоззренческие, весьма динамичны, активно «плывут» под влиянием факторов различного рода, являются пространством появления новаций. Смыслообразы глубинного слоя обладают устойчивостью, поддерживают традиционность. Они не зависят от повседневного опыта индивида, но характеризуют историческую память и национальную культуру того или иного общества. Безусловно, они подвержены изменениям, но для этого потребуются слом существующей культурной парадигмы. Таким образом, обеспечение единства сохранности и изменчивости в современном мире достигается, прежде всего, за счет подвижек в культуре. «Без активной позиции людей в сфере развития и распространения культуры, в духовно-нравственной сфере... мы рискуем провалиться в разрыв между новыми возможностями, создаваемыми технологиями, и неразумным использованием этих возможностей» [Бодрунов, 2022, с. 24].

Социальные и культурные характеристики общества и человека цифровой эпохи, фокусирующие внимание лишь на новациях, упускают из вида ограничивающие их процессы, сохраняющие традиции. По сути, современная цивилизация оказалась в точке ветвления. Возможным вектором исторической эволюции выглядит, в одном случае, устойчивое развитие социума и личности, опирающееся на диалектику исторической наследственности и изменчивости. В другом случае – социальные рывки, имеющие хаотичный характер и плохо поддающиеся прогнозированию. Они возможны как результат односторонности, абсолютизации изменчивости (в ее отрыве от сохранности), отрицания исторического опыта и традиционной культуры.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ / DISCUSSION

Социальные метаморфозы в системе «сохранность – изменчивость» обусловлены далеко не только факторами традиций и новаций. В современной социальной теории подходы к вопросу организации социума, проблеме механизмов его функционирования многообразны. Так, в работах З. Баумана и У. Бека развиваются концепции «индивидуализированного общества». Содержание индивидуализации рассматривается при опоре на особенности социальной дифференциации, расширения социального пространства, индивидуальных прав и возможностей, ослабления традиционных социальных форм и связей. Применительно к личности, с точки зрения З. Баумана, индивидуализация предстает как «освобождение человека от предписаний, унаследованной предопределенности его социальной роли» [Бауман, 2005, с. 290].

В то же время, несмотря на увеличивающееся в современном мире пространство свободы, господствующие в виртуальном и реальном мире отношения и структуры, в частности сетевые, не отменяют, а скорее усиливают управление, манипулирование, контроль. Они объективны, принудительны и анонимны. «Люди уже давно забыли об анонимности и приватности, поэтому в Интернете, социальных сетях можно найти абсолютно любого человека, который живет там, где есть доступ к глобальной сети» [Камнева и др., 2022, с. 63].

Ряд исследователей обращают внимание на стремительное развитие цифрового и сетевого авторитаризма, уже приведшего к соответствующим социально-политическим изменениям [Burgers, Robinson, 2016, Pearce, Kendzior, 2012]. В целом размягчение социальной ткани, характерное для

цифрового общества, не означает освобождение от жестких алгоритмов, сходных с доиндустриальным миром. Однако их природа не всегда связана с институтом традиций и вследствие этого требует подхода, отличного от нашей темы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Традиция и новация взаимосвязаны и предполагают друг друга. В целом единство и борьба данных феноменов предстает в качестве закономерности социальной эволюции, а особенности их функционирования, представляющие как тенденции, определяются характером того или иного этапа развития цивилизации. Социальная организация и культура цифрового общества, оказавшегося в состоянии бифуркации, предполагает не доминирование традиции либо новации, как это было в истории, но единство первой и второй. Их взаимодействие и взаимопроникновение позволит обеспечить относительную устойчивость социальной динамики, получившей в качестве своеобразного «якоря» многовековой опыт поколений.

Социальный потенциал традиции реализуется в деятельности двояким образом. Во-первых, речь идет об учете требований, норм, правил, последовательностей операций, которые складывались на протяжении сотен лет и характерны для различных видов культуры – национальной либо религиозной культуры, культуры того или иного вида деятельности, культуры коммуникаций и прочих. Во-вторых, традиция предстает как система смыслов и архетипов, возникших в бессознательном этноса и подвигающих его представителей к решениям и поступкам, зачастую сложно объяснимым и не поддающимся артикуляции. Такие смыслы связаны с ценностями существования и развития этноса, чувством Родины, эмоциональными привязанностями, верностью, милосердием, трудолюбием, стремлением к прекрасному и т.д. Их актуализация, представляющая как искусство традиции и новации, способна замедлить процесс безудержной погони за уровнем потребления, прозрачным удовлетворением симулятивных потребностей, измеряемых ныне по меркам экономической рациональности, способных лишить человечество гуманистических перспектив эволюции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бауман З. (2005). Индивидуализированное общество. Пер. с англ. под ред. Иноземцева В.Л. М.: Логос. 390 с.
- Бек У. (2001). Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию. Пер. с нем. Григорьев А. и Седельник В. М.: Прогресс-Традиция. 304 с.
- Бодрунов С.Д. (2022). От экономических интересов – к нооценностям // Вопросы философии. № 7. С. 15–26. <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2022-7-15-26>
- Вебер М. (2021). Протестантская этика и дух капитализма. Пер. с нем. Левина М. М.: АСТ. 352 с.
- Гадамер Х.-Г. (1988). Истина и метод: Основы философской герменевтики. Пер. с нем. М.: Прогресс. 704 с.
- Каменева Т.Н., Кунилова К.Д., Целуйко А.В. (2022). Медийная коммуникация как фактор самоорганизации диаспоры // Цифровая социология. Т. 5, № 4. С. 56–66. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-4-56-66>
- Носкова А.В. (2013). Сложное общество глазами Сергея Кравченко // Полис. Политические исследования. № 3. С. 164–167.
- Чернавин Ю.А. (1997). Социальный статус военнослужащего (социально-философская концепция). М.: ВУ. 128 с.
- Юнг К.Г. (1994). Проблемы души нашего времени. Пер. с нем. Боковиков А.М. М.: Прогресс: Универс, Б.Г. 329 с.
- Якуничев Д.А. (2022). Общество риска: возможная модель развития современного общества Вестник Томского университета. Философия. Социология. Политология. № 68. С. 174–182.
- Beck U. (2015). Emancipatory catastrophism: What does it mean to climate change and risk society? // *Current sociology*. V. 63, no. 1. Pp. 75–88. <https://doi.org/10.1177/0011392114559951>
- Burgers T., Robinson D.R.S. (2016). Networked authoritarianism is on the rise // *Sicherheit & Frieden*. V. 34, no. 4. Pp. 248–252. <https://doi.org/10.5771/0175-274x-2016-4-248>
- Pearce K.E., Kendzior S. (2012). Networked authoritarianism and social media in Azerbaijan // *Journal of Communications*. V. 62, no. 2. Pp. 283–298. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01633.x>

REFERENCES

- Bauman Z. (2005), *The individualized society*, Trans from Eng. Inozemtsev V.L., Logos, Moscow (in Russian).
- Beck U. (2001), *What is globalization? Errors of globalism – answers to globalization*, Trans. From German Grigorjev A. and Sedelnik V., Progress-Tradition, Moscow, Russia (in Russian).
- Beck U. (2015), Emancipatory catastrophism: What does it mean to climate change and risk society? *Current sociology*, vol. 63, no. 1, pp. 75–88, <https://doi.org/10.1177/0011392114559951>
- Bodrunov S.D. (2022), “From economic interests – to noo values”, *Voprosy Filosofii*, no. 7, pp. 15–26, (in Russian), <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2022-7-15-26>
- Burgers T., Robinson D.R.S. (2016), “Networked authoritarianism is on the rise”, *Sicherheit & Frieden*, vol. 34, no. 4, pp. 248–252, <https://doi.org/10.5771/0175-274x-2016-4-248>
- Chernavin Yu.A. (1997), *The social status of a serviceman (socio-philosophical concept)*, VU, Moscow, Russia (in Russian).
- Gadamer H.-G. (1988), *Truth and Method: Fundamentals of Philosophical Hermeneutics*, Trans. From German, Progress, Moscow, Russia (in Russian).
- Iakunichev D.A. (2022), “Risk society: a possible model for the development of modern society”, Risk society: a possible model for the development of modern society, *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, no. 68, pp. 174–182 (in Russian).
- Jung K.G. (1994), *Problems of the soul of our time*, Trans from German Bokovnikov A.M., Progress: University, B.G., Moscow, Russia (in Russian).
- Kameneva T.N., Kunilova K.D., Tseluiko A.V. (2022), Media communication as a factor of diaspora self-organization, *Digital Sociology*, vol. 5, no. 4, pp. 56–66, (in Russian), <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-4-56-66>
- Noskova A.V. (2013), “Complex society in Sergey Kravchenko’s eyes”, *Journal “Polis”. Political studies*, no. 3, pp. 164–167, (in Russian).
- Pearce K. E., Kendzior S. (2012), “Networked authoritarianism and social media in Azerbaijan”, *Journal of Communications*, vol. 62, no. 2, pp. 283–298, <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01633.x>
- Weber M. (2021), *Protestant ethics and the spirit of capitalism*, Trans from German Levina M., AST, Moscow, Russia (in Russian).

ЦИФРОВАЯ СРЕДА

Использование героев мультфильмов в рекламных коммуникациях бренда

УДК 339.138

DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-1-29-38

Получено 13.01.2023

Доработано после рецензирования 24.02.2023

Принято 27.02.2023

Довжик Галина Владимировна

Канд. психол. наук, доц. каф. рекламы и связей с общественностью

ORCID: 0000-0002-9381-2475

E-mail: gv_dovzhik@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аржанова Кристина Александровна

Канд. психол. наук, доц. каф. рекламы и связей с общественностью

ORCID: 0000-0002-9785-5069

E-mail: ka_arzhanova@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Довжик Валерий Николаевич

Канд. психол. наук, доц. каф. маркетинга услуг и бренд-менеджмента

ORCID: 0000-0001-5062-7125

E-mail: vn_dovzhik@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Авторы статьи исследуют, как воспринимаются герои мультипликационных фильмов в рекламе продукции известных брендов в молодежной среде. Для изучения этого вопроса были проведены фокус-группы, в которых приняли участие представители молодежной аудитории. Для демонстрации стимульного материала было выбрано 22 персонажа анимационных фильмов (мультфильмы советского периода, мультфильмы студии Disney и другие зарубежные мультфильмы). Для большого числа продукции, в особенности детской, использование персонажей из мультфильмов является логичным и в большинстве случаев актуальным. Уровень известности советских мультфильмов достаточно высокий, что дает брендам возможность использовать их персонажей в своих рекламных коммуникациях. Наиболее популярными

являются герои зарубежных мультфильмов (студии Disney и других). По итогам исследования был сделан вывод о том, что использование персонажей мультфильмов в рекламных коммуникациях бренда способствует его успешному продвижению, делает рекламу яркой и запоминающейся, таким образом, она привлекает внимание целевой аудитории и вызывает ее интерес. При этом нельзя вырывать персонажа из контекста мультфильма, он должен быть именно таким, каким его привыкли видеть. В таком случае рекламная коммуникация действительно будет успешной. Полученные результаты исследования могут быть использованы брендами при продвижении товаров и услуг с использованием персонажей мультипликационных фильмов.

Ключевые слова

Бренд, мультфильм, реклама, рекламные коммуникации, маркетинговые коммуникации, персонаж бренда, герой мультфильма, продвижение бренда, восприятие бренда, анимация, мультипликационный фильм, мультгерой

Для цитирования

Довжик Г.В., Аржанова К.А., Довжик В.Н. Использование героев мультфильмов в рекламных коммуникациях бренда // Цифровая социология. 2023. Т. 6, № 1. С. 29–38.

© Довжик Г.В., Аржанова К.А., Довжик В.Н., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



DIGITAL ENVIRONMENT

The use of cartoon characters in brand advertising communications

Received 13.01.2023

Revised 24.02.2023

Accepted 27.02.2023

Galina V. Dovzhik

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Advertising and PR Department

ORCID: 0000-0002-9381-2475

E-mail: gv_dovzhik@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Kristina A. Arzhanova

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Advertising and PR Department

ORCID: 0000-0002-9785-5069

E-mail: ka_arzhanova@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Valery N. Dovzhik

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Services Marketing and Brand Management Department

ORCID: 0000-0001-5062-7125

E-mail: vn_dovzhik@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

The authors of the article explore how the cartoon characters are perceived in advertising products of famous brands among young people. To study this issue, focus groups were held, in which representatives of the youth audience took part. To demonstrate the stimulus material, 22 characters from animated films were selected (cartoons of the Soviet period, Disney studios cartoons and other foreign cartoons). For a large number of products, especially for children, the use of cartoon characters is logical and relevant in most cases. The level of popularity of Soviet cartoons is quite high, which gives brands the opportunity to use their characters in advertising communications. The most popular are the heroes of foreign cartoons (Disney studios and others).

According to the results of the study, it was concluded that the use of cartoon characters in advertising communications of the brand contributes to its successful promotion, makes advertising bright and memorable, such advertising attracts the attention of the target audience and arouses its interest. At the same time, the authors point out that it is impossible to take the character out of the context of the cartoon, his image should be exactly the way people used to see him. In this case, advertising communication will be really successful. The results of the study can be used by brands when promoting goods and services using cartoon characters.

Keywords

Brand, cartoon, advertising, advertising communications, marketing communications, brand character, cartoon character, brand promotion, brand perception, animation, cartoon film, cartoon character

For citation

Dovzhik G.V., Arzhanova K.A., Dovzhik V.N. (2023) The use of cartoon characters in brand advertising communications, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 1, pp. 29–38. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-29-38

© Dovzhik G.V., Arzhanova K.A., Dovzhik V.N., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Современному человеку невозможно представить свою жизнь без рекламных сообщений. Мы встречаем их повсеместно – на улице и в транспорте, по телевидению (далее – ТВ) и в сети «Интернет» (далее – Интернет), на билбордах и рекламных плакатах. Однако всего 5 % рекламных сообщений достигают конечной цели, а именно – потребителя, того, на кого они были конкретно направлены. И цель всех рекламодателей попасть в эти заветные 5 %, а чтобы это сделать, рекламные компании придумывают различные способы и приемы, которые смогут завлечь потенциальных покупателей, превратив их в лояльных клиентов. Одним из таких приемов является использование героев анимационных фильмов в рекламных сообщениях.

Принято считать, что герои мультфильмов – положительные психологические раздражители. Проблема заключается в том, что эффективность использования мультипликационных персонажей в рекламной коммуникации еще недостаточно изучена, а также пока неясно, как такой прием воспринимают различные целевые аудитории, в частности молодежь. Стоит отметить и тот аспект, что Россия – многонациональная страна, и в число потенциальных клиентов попадают и иностранные граждане. Остается открытым вопрос, как такая реклама может быть эффективной, если отношение к ней со стороны целевой аудитории не было изучено. Успех того или иного товара, услуги, бренда в основном зависит именно от рекламной кампании, поэтому правильное использование тех или иных персонажей может привести к ее успеху или неудаче.

Цель исследования: выявить отношение молодежи к использованию героев мультфильмов в рекламной коммуникации. Для достижения цели авторы поставили следующие задачи:

- 1) определить осведомленность молодежи в отношении героев мультфильмов;
- 2) выявить ассоциации, вызываемые определенными категориями героев;
- 3) определить отношение молодежи к использованию персонажей мультфильмов в современной рекламной коммуникации;
- 4) определить логичность использования мультфильмов в рекламной коммуникации.

В основной части статьи приводится обзор источников по теме исследования, далее описываются материалы и методы, результаты по решению конкретных задач. В заключении статьи приводится обсуждение результатов и общие выводы.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР / LITERATURE REVIEW

Изучением восприятия персонажей в рекламной коммуникации занималось большое количество исследователей. Среди российских ученых, имеющих наработки по данной проблематике, можно выделить О.Н. Шабанову, С.С. Марочкину, Ю.С. Вегенер и других.

Среди специализированных исследований можно выделить следующие: статью И.В. Гладких и С.А. Старова «Смешарики: герои мультфильма уходят в бизнес (учебный кейс)», которая содержит информацию о том, как персонажи мультфильма «Смешарики» стали использоваться для развития ряда коммерческих проектов [Гладких, Старов, 2009], а также статью Е.С. Зелениной «Сопоставительный анализ персонажей фольклорной сказки и современной телевизионной рекламы: задачи, ролевые функции и основная атрибутика», где автор приводит результаты анализа персонажей фольклора и современной ТВ-рекламы [Зеленина, 2012].

Методология исследования базировалась на теоретических аспектах проведения фокус-групп, описанных в труде Л.В. Байбородовой, А.П. Чернявской [2022]. Теоретические аспекты данной работы, основанные на анализе проведенных ранее исследований, будут более подробно раскрыты в следующем разделе.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ / MATERIALS AND METHODS

Проведем интерпретацию основных понятий исследования. Мультипликация представляет собой съемку отдельных рисунков или объемных фигур, которые изображают последовательные фазы движения, что создает на экране иллюзию движения неподвижных объектов, а также сами рисунки, фигуры, являющиеся объектом такой съемки¹. Исходя из этого определения можно описать понятие мультипликационного персонажа – это собирательный образ (человек, животное, выдуманное существо), который может обладать некими способностями (говорить, двигаться и прочее), совершать определенные действия. Мультипликационный образ – это персонаж, взятый из какого-либо известного мультфильма или вновь нарисованный, который используется в рекламе для продвижения рекламного продукта.

Рекламный персонаж – это вымышленный герой, который тем или иным образом связан

¹ *Евгеньева А.П.* (1999). Словарь русского языка. В 4-х т. 4-е изд. М.: Русский язык язык; Полиграфресурсы. Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/default.asp> (дата обращения: 09.01.2023).

с рекламируемым предметом; который наделен положительными характеристиками [Шабанова, 2019]. По мнению М.В. Ильинцевой, «фирменный персонаж – очень мощное рекламное средство и один из основных атрибутов торговой марки» [Ильинцева, 2014].

«Рекламные персонажи заставляют потребителя сопереживать бренду, делают рекламные сообщения живыми и эмоциональными, добавляют юмор и креативность», подчеркивают С.С. Марочкина и Ю.С. Вегенер [2014; с. 265].

Согласно утверждению А.А. Маноховой, «каждый персонаж – олицетворение истории восхождения на рынок определенного бренда, наделенный индивидуальными качествами, личностными характеристиками, положительно воспринимаемыми целевой аудиторией» [Манохова, 2016].

Говоря о коммерческой стороне использования анимационных персонажей в продуктовом маркетинге, можно отметить, что продажа детского анимационного фильма не дает возможности получать стабильный доход и обеспечить рентабельность проекта. Законодательный запрет на показ рекламы в детских передачах ограничивает такую возможность. Авторы проекта «Смешарики» активно использовали героев мультсериала для того, чтобы продавать товары и услуги для детей [Гладких, 2009].

Анатолий Прохоров, известный российский продюсер анимационного кино, один из создателей студии «Пилот», телекомпании «Пилот-ТВ» заявляет: «Мы умеем придумать медиабренд, сделать к нему аудиовизуальные продукты и предложить их на ТВ. А затем перекинуть мостик к товарному бренду и выстроить отношения с розницей»².

В рекламе бренда для детского сегмента важно, чтобы коммуникации оказывали влияние не только на целевую аудиторию, то есть родителей, но и на контактную – тех, кто сталкивается с рекламой непосредственно, то есть детей. Детский бренд должен быть устроен так, чтобы он мог спровоцировать у малышей желание приобрести тот или иной товар и мотивировать их добиться поставленной цели посредством воздействия на их родителей³.

И.Ю. Глинская и Е.А. Кириллова считают, что детская аудитория может быть более лояльной к бренду, так как она больше подвержена

внешнему влиянию, осуществляемому со стороны брендов в виде определенной рекламы [Глинская, Кириллова, 2017].

Е.С. Зеленина обращает внимание на то, что специалисты по рекламе используют элементы фольклорной сказки, когда товар приобретает волшебные свойства, его достоинства преувеличиваются и это привлекает внимание и усиливает интерес потенциального потребителя [Зеленина, 2012]. В своем исследовании она приводит сопоставительный анализ персонажей фольклорной сказки и современной телевизионной рекламы, что учитывалось авторами при рассмотрении мультипликационных героев в рекламных коммуникациях бренда.

Опишем методологию исследования. Для отбора мультипликационных героев был проведен ассоциативный эксперимент, который был выбран в качестве метода сбора данных среди 30 человек – молодежи в возрасте 18–22 лет. В рамках эксперимента респондентам предлагалось указать наиболее характерных персонажей, которые им приходили в голову при прочтении следующих вопросов:

- какой герой советского мультфильма вызывает у Вас ассоциации с веселым и радостным?
- какой герой зарубежного мультфильма вызывает у Вас ассоциации с веселым и радостным?
- какой герой мультфильма студии Disney вызывает у Вас ассоциации с веселым и радостным?
- какой герой советского мультфильма вызывает у Вас ассоциации с серьезным и волевым?
- какой герой зарубежного мультфильма вызывает у Вас ассоциации с серьезным и волевым?
- какой герой мультфильма студии Disney вызывает у Вас ассоциации с серьезным и волевым?

Всего было названо 415 героев. Была подсчитана частота их упоминания и выбраны те, которые повторялись более четырех раз. В итоге получилось 56 персонажей. Для проведения дальнейшего исследования авторами были выбраны герои, упоминавшиеся чаще семи раз. Таким образом, итоговое количество мультипликационных героев составило 22 персонажа анимационных мультфильмов, выборочная совокупность которых основывалась на результатах ассоциативного эксперимента и уровня их популярности и принадлежности к основным направлениям в мультипликации: мультфильмы советского периода, мультфильмы студии Disney и прочие зарубежные мультфильмы.

Для проведения исследования было выбрано 22 персонажа мультфильмов (некоторые герои представлены в паре).

1. Кот Матроскин из советского мультфильма «Трое из Простоквашино».

² Левинский А. (Понедельник 3 дек. 2007). Пробные смешарики // Sostav.ru. Режим доступа: <https://www.sostav.ru/articles/2007/12/03/ko1> (дата обращения: 09.01.2023).

³ Ильина М. (Среда 9 янв. 2008). Бренд быстрого роста, или Детская неожиданность // Энциклопедия маркетинга. Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/child.htm> (дата обращения: 09.01.2023).

2. Кот Леопольд из советского мультфильма «Приключения кота Леопольда».
3. Кот Гарфилд (англ. Garfield) – персонаж американских комиксов и мультсериалов.
4. Чеширский кот из мультфильма студии Disney «Алиса в стране чудес» (англ. Alice in Wonderland).
5. Кот в сапогах из американского мультфильма «Шрек» (англ. Shrek).
6. Золушка из одноименного мультфильма студии Disney (англ. Cinderella).
7. Чебурашка и Крокодил Гена из советского мультфильма «Крокодил Гена».
8. Маг воздуха Аанг из американского мультсериала «Аватар: легенда об Аанге» (англ. Avatar: The Last Airbender).
9. Собака Скуби-Ду из американских мультфильмов серии «Скуби Ду» (англ. Scooby-Doo).
10. Винни-Пух из советского мультфильма.
11. Русалочка из одноименного мультфильма студии Disney (англ. The Little Mermaid).
12. Маша и Медведь – персонажи одноименного российского мультипликационного сериала.
13. Мыши Пинки и Брейн из американского мультипликационного сериала «Пинки и Брейн» (англ. Pinky and the Brain).
14. Персонажи российского мультсериала «Смешарики».
15. Герои американского мультфильма «Ледниковый период» (англ. Ice Age).
16. Мойдодыр из одноименного советского мультфильма.
17. Крыса Реми из американского мультфильма «Рататуй» (англ. Ratatouille).
18. Мышь Джерри из американского мультсериала «Том и Джерри» (англ. Tom and Jerry).
19. Лев Алекс из американского мультфильма «Мадагаскар» (англ. Madagascar).
20. Лев Симба из мультфильма «Король лев» студии Disney (англ. The Lion King).
21. Волк из советской серии мультфильмов «Ну, погоди!».
22. Санта-Клаус из американского мультфильма «Секретная служба Санта-Клауса» (англ. Arthur Christmas).

В рамках исследования был выбран метод фокус-групп и было проведено 4 фокус-группы по 9 респондентов в возрасте от 18 до 22 лет. Были учтены характеристики метода фокус-групп, предложенные Л.В. Байбородовой, А.П. Чернявской: численность группы, не превышающая 10 человек; группа, формирующаяся с учетом цели исследования и отражающая основные характеристики исследуемой популяции; продолжительность дискуссии от одного до трех часов; проведение дискуссии модератором; создание

комфортной обстановки во время дискуссии; фиксирование фокус-группы на аудио- или видеоносители [Байбородова, Чернявская, 2022].

При проведении фокус-группы был внедрен эксперимент, который заключался в предоставлении респондентам стимульного материала (изображения, видео) с использованием одного и того же мультипликационного персонажа в разных ситуациях – например, Волка из мультфильма «Ну, погоди!»: курящий волк; волк, стоящий на палубе в тельняшке; волк в спортивной форме со штангой; волк-романтик с букетом цветов.

Были подобраны разные стимульные материалы в одной категории, герои разных мультфильмов, но являющиеся одним и тем же животным: лев Алекс («Мадагаскар»), лев Симба («Король лев»); кот Леопольд («Приключения кота Леопольда»), кот Гарфилд, Чеширский кот («Алиса в стране чудес»), Кот в сапогах из мультфильма «Шрек».

Также для сравнения восприятия мультипликационных персонажей в рекламе и в анимационном фильме были представлены стимульные материалы:

1) реклама российского бренда молочной продукции «Простоквашино» и фрагмент мультфильма «Трое из Простоквашино»;

2) рекламный ролик детской косметики «Принцесса» и фрагмент диснеевского мультфильма «Золушка»;

3) рекламный ролик готового завтрака Nesquik с героями мультфильма «Ледниковый период» и фрагмент мультфильма «Ледниковый период»;

4) рекламный ролик шоколада Kinder с использованием героев мультфильма «Маша и Медведь» и фрагмент мультфильма «Маша и Медведь»;

5) реклама стирального порошка «Миф 3 в 1» и фрагмент мультфильма «Мойдодыр»;

6) рекламный ролик «Ростелеком» с Винни-Пухом и Пятачком и фрагмент мультфильма «Винни-Пух»;

7) рекламный ролик напитка Coca-Cola с Санта-Клаусом и фрагмент мультфильма «Секретная служба Санта-Клауса».

РЕЗУЛЬТАТЫ / RESULTS

Задача №1: ОПРЕДЕЛИТЬ ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ МОЛОДЕЖИ В ОТНОШЕНИИ ГЕРОЕВ МУЛЬТФИЛЬМОВ

Для того чтобы определить необходимость использования героев мультфильмов в рекламной коммуникации, было важно понять, осведомлены ли представители целевой аудитории о выбранных анимационных персонажах и могут

ли они определить, героями каких мультфильмов они являются.

Респондентам было показано 15 изображений различных анимационных героев в соответствии с выборочной совокупностью и предлагалось написать имя героя и название мультфильма, из которого этот герой. Первым было изображение кота Матроскина из мультфильма «Трое из Простоквашино», которого узнали все респонденты, но название мультфильма не вспомнил ни один участник опроса.

Золушка и Чебурашка с Крокодилом Геной знакомы практически всем опрошенным, а вот героя мультфильма в жанре аниме, Аанга, не знает ни один респондент. Скуби-Ду, Винни-Пуха, Русалочку, Машу и Медведя, Смешариков, Кота Леопольда, героев мультфильма «Ледниковый период» узнали практически все респонденты. А вот Санта-Клауса – а тем более из какого он мультфильма – узнала лишь незначительная часть опрошенных. Из этого следует, что несмотря на то что персонажи знакомы респондентам, мультфильмы, в которых они присутствуют, не особо запоминаются, и малоизвестных персонажей вообще не стоит использовать в рекламной коммуникации, так как большинство респондентов их не знает.

Стоит отметить и то, что уровень известности советских мультфильмов достаточно высок, несмотря на то что названия конкретных мультфильмов респонденты могут не помнить, героев мультфильмов практически все респонденты назвали безошибочно.

Что касается иностранных учащихся, то большинство студентов знакомы с представленными героями мультфильмов. Однако наибольшую сложность для них вызвали персонажи советских мультфильмов. Некоторые иностранные студенты не знают таких персонажей, как Кот Матроскин и Мойдодыр.

Можно сделать вывод, что уровень осведомленности о героях мультфильмов среди представителей молодежи очень высок. Практически все респонденты знают героев мультфильмов советского и диснеевского направлений, исключение составляет лишь осведомленность о героях других западных мультфильмов. Здесь уровень осведомленности достаточно низкий как у представителей российской молодежи, так и у иностранных студентов. А что касается героев мультфильмов советского периода и студии Disney, то иностранные студенты в достаточной степени о них осведомлены, за исключением отдельно взятых респондентов.

ЗАДАЧА №2: ВЫЯВИТЬ АССОЦИИИ, ВЫЗЫВАЕМЫЕ ОПРЕДЕЛЕННЫМИ КАТЕГОРИЯМИ ГЕРОЕВ

Несомненно, образы, созданные мультипликаторами для героев мультфильмов, прочно закрепляются за ними, создавая некие стереотипы в подсознании людей, и уже персонажи воспринимаются непосредственно из контекста, в котором они были использованы. Так, одинаковые категории персонажей мультфильмов воспринимаются совершенно по-разному. Респондентам были показаны мультяшные герои одинаковых категорий, но из разных мультфильмов, и был задан вопрос: «Что мог бы прорекламировать данный герой?» Так, например, крысу Реми из мультфильма «Рататуй» респонденты предложили использовать в рекламе всевозможной кухонной утвари и униформы, заведений общественного питания или отдельных блюд. А вот мышь из мультфильма «Том и Джерри» в 95 % ассоциировалась только лишь с сыром, и, соответственно, могла быть использована только в рекламе этого продукта. Мыши Пинки и Брейн вообще ассоциировались у респондентов лишь с научными экспериментами и различными лекарственными средствами. Лев Алекс из мультфильма «Мадагаскар», по мнению респондентов, мог бы идеально подойти для рекламы зоопарков и цирковых шоу, а его прическа идеально подошла бы для рекламы известных стилистов и салонов красоты, а также для рекламы геля для укладки непослушных волос. Удивительно то, что именно эта категория персонажей вызывала у респондентов одинаковые ассоциации. Так, тот же лев, но из мультфильма «Король лев» также, по мнению опрошенных, подходит для рекламы цирка и цирковых номеров, а его прическа – для рекламы барбершопов и парикмахерских.

Немаловажно и то, в каком образе представлен герой мультфильма в момент восприятия. Например, изображение курящего волка из мультфильма «Ну, погоди!» натолкнуло респондентов на мысль о том, что данный персонаж был бы идеален для рекламы сигарет, а так как реклама сигарет запрещена, то этого героя в рекламной коммуникации использовать не рекомендуется. Тем не менее из 30 респондентов 1 участница отметила, что волка можно было бы использовать в рекламе игрушек, что вызвало негативную реакцию со стороны других респондентов. Это подтверждает, что волк является негативным персонажем и что в рекламной коммуникации его использовать не стоит. Волк, стоящий на палубе в тельняшке, по мнению респондентов, органично бы смотрелся в рекламе тельняшек,

турагентств, морских круизов и шляп-адмиралок. И только лишь в конце опроса один из участников вспомнил, что волк все-таки курил. Также респондентам был показан волк в спортивной форме со штангой, и участники опроса сочли, что такой образ волка идеален для рекламы спортивных товаров, фитнес-клубов, спортивных кружков и даже здорового образа жизни. Респондентам фокус-группы № 4 было представлено изображение волка-романтика с букетом цветов, и они посчитали, что в таком образе он был бы уместен в рекламе брачного агентства, салона цветов и даже контрацептивов.

Больше всего различается восприятие такой категории мультипликационных персонажей как коты. Так, Кот Леопольд из одноименного мультфильма мог бы прорекламировать психолога, успокоительное, агентство по организации детских праздников или таблетки от аллергии. Кот Гарфилд, по мнению респондентов, органично бы смотрелся в рекламе подушек для сна, мягкой мебели и еды. А вот Чеширский кот из мультфильма «Алиса в стране чудес» больше всего подходит для рекламы сладостей, мармелада, магазина вкусоностей для котов. Кот в сапогах из мультфильма «Шрек» больше всего подходит для рекламы линз и глазных капель, магазинов обуви и аксессуаров. Что касается иностранных студентов, то их ассоциативное восприятие совсем не отличается от ассоциативного восприятия российских студентов.

Из этого можно сделать вывод, что образ героя мультфильма напрямую зависит от конкретного контента мультфильма и определенного образа и ситуации. Например, волк-спортсмен ассоциируется со здоровым образом жизни, волк-романтик с героем-любовником, волк на палубе – с путешествиями, а курящий волк вызывает лишь негативные ассоциации. Разницы в восприятии подобного стимульного материала иностранным или российским студентом нет.

Задача №3: ОПРЕДЕЛИТЬ ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ПЕРСОНАЖЕЙ МУЛЬТФИЛЬМОВ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Для того чтобы рекламная коммуникация была эффективной, надо использовать тех героев мультфильмов, которые нравятся целевой аудитории. Основываясь на данных, полученных в результате эмпирического исследования, можно сказать, что наиболее популярными являются диснеевские мультфильмы и диснеевские персонажи. Однако стоит отметить и благосклонность аудитории к советским мультфильмам – герои советских мультфильмов вызывают у респондентов в основном

положительные эмоции. Важны также и качества самих героев. Респондентов привлекают в первую очередь сильные, волевые, умные, преодолевающие трудности герои, способные за себя постоять и идущие по жизни с улыбкой.

Что касается отношения молодежи к использованию героев мультфильмов в рекламной коммуникации, то респондентам были показаны рекламные ролики, в которых фигурировал тот или иной персонаж, и респондентам нужно было ответить на вопрос: «Соответствует ли характер героя мультфильма его характеру в рекламном ролике?» Первый ролик – «Простоквашино» – вызвал положительные эмоции у респондентов, они положительно ответили на задаваемый вопрос. Некоторые респонденты сравнили поведение кота в мультфильме и в рекламе следующим образом: «Он и здесь, и в мультфильме заботится о своей коровке, занимается молочком, сметанкой». Этот ролик является примером удачной рекламы с использованием персонажа мультфильма и положительного отношения к ней.

Следующим был рекламный ролик детской косметики «Принцесса». Мнения респондентов разделились – тем не менее, большинство опрошенных посчитало, что использование данного персонажа в рекламе вообще неуместно. Участники фокус-группы посчитали, что создатели рекламы не передали образ Золушки, более того – они совершенно его изменили, и герой перестал быть узнаваем.

Третий ролик – герои мультфильма «Ледниковый период» и реклама готового завтрака Nesquik. В этом случае респонденты посчитали концепцию очень удачной, образ героя мультфильма полностью соответствует образу в рекламе, и его использование более чем уместно. Несколько респондентов произнесли фразу: «Как и в мультфильме гонялся за этим орехом, так и здесь за готовым завтраком».

Четвертый ролик – реклама шоколада Kinder с использованием героев мультфильма «Маша и Медведь». Большинство опрошенных оценили ролик положительно и сказали, что характеры героев точно такие же, как и в мультфильме, что Маша в рекламном ролике полная копия своего образа в мультфильме: такая же эмоциональная, активная, «мишку мучает». Этот рекламный ролик является примером того, как создатели рекламы точно передали характер и настроение героя.

Следующий показанный ролик – реклама стирального порошка «Миф 3 в 1». В этом случае мнения респондентов разделились: половина посчитала, что использование героя уместно в данной рекламе, другая половина высказала

противоположную точку зрения. Аргументация выбора была следующей: «Я даже не понял, что здесь за герой», «В мультике он был намного строже». Прозвучало мнение, что образ Мойдодыра из рекламы больше ассоциируется с брендом, нежели с мультфильмом. Исходя из противоположных ответов респондентов, можно понять, что сама реклама сформировала устойчивый образ Мойдодыра у опрошенных, и он никак не связан с мультфильмом.

Шестой ролик – реклама компании «Ростелеком» с Винни-Пухом. Большинство респондентов указали, что характер героя в рекламе соответствует характеру героя в мультфильме, а также вполне уместно использовать образ Винни-Пуха в рекламе, но некоторые респонденты нашли диссонанс между образом героя и идеей рекламного ролика: «Персонажи не связаны с идеей рекламного ролика».

Седьмой ролик – реклама напитка Coca Cola с Санта-Клаусом. Единогласно респонденты ответили положительно на поставленный вопрос, а также подчеркнули, что эта реклама – нечто большее, чем просто реклама: «Ощущение волшебства, праздника, что с семьей его проводишь», «Санта-Клаус связан с Новым Годом, Новый Год связан с Кока-колой», «Очень атмосферно. Персонаж подобран в атмосферу праздника». Это пример удачной рекламы с использованием персонажа мультфильма, которая покоряет зрителя и остается у него в памяти.

Что касается иностранных студентов, то большинство студентов положительно оценили рекламные ролики. Однако значительную сложность вызвал вопрос уместности использования героя в рекламе для иностранных студентов, ведь они мало знакомы с советскими и современными русскими мультфильмами. Некоторые студенты не знают таких персонажей, как Кот Матроскин и Мойдодыр, Винни-Пух в русской интерпретации.

Подводя итог, можно сделать вывод, что отношение молодежи к использованию персонажей мультфильмов в современной рекламной коммуникации положительное. Респонденты уверены, что использование героев мультфильмов подойдет для целевой аудитории различного возраста.

Задача №4: ОПРЕДЕЛИТЬ ЛОГИЧНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МУЛЬТФИЛЬМОВ В РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Исходя из анализа ответов респондентов, использование персонажей анимационных фильмов в рекламе вызывает положительные эмоции у респондентов. Однако далеко не всегда это происходит именно так. Ключевую роль играет

логичность использования персонажа, сохранение его характера и образа. Первыми авторами показали рекламный ролик компании Coca-Cola, и респонденты пришли к мнению, что Санта-Клаус отлично вписывается в праздничную, новогоднюю атмосферу и полностью соответствует своему образу. Новый год же, в свою очередь, тесно связан с напитком Coca-Cola, считают респонденты. Цветовая гамма также очень подходит этой рекламе.

Следующей рекламой был ролик молочной продукции «Простоквашино». Все респонденты отметили, что образ героев в рекламе полностью соответствует образу героев в мультфильме, что нельзя сказать о рекламе стирального порошка «Миф 3 в 1» и детской косметики «Принцесса», где респонденты отметили, что герои вообще не соответствуют своим образам, а многие респонденты их не узнали.

Среди продемонстрированных роликов можно отметить рекламу «Ростелеком» с участием Винни-Пуха и Пятачка. Респонденты посчитали, что внедрение советских мультфильмов в современную рекламу сотовой связи выглядит настолько плохо, что даже непросто понять, соответствует герой своему образу или нет.

Более того, респонденты заметили, что реклама, направленной на детей, присуща чрезмерно интенсивная навязчивость персонажей. Так, например, в рекламе шоколада с использованием персонажей из мультипликационного фильма «Маша и Медведь» наблюдается этот отрицательный, по мнению молодежи, прием, когда Маша призывает детей обменивать упаковки от продукции на более ценные подарки. Для большого числа продукции, а в особенности детской, использование персонажей из мультипликационных фильмов является логичным и в большинстве случаев актуальным.

ОБСУЖДЕНИЯ И ВЫВОДЫ / DISCUSSIONS AND FINDINGS

Исходя из проведенного исследования, можно резюмировать, что респонденты не всегда узнают мультфильмы, в которых присутствует тот или иной персонаж и что малоизвестных персонажей не рекомендуется использовать в рекламной коммуникации в силу недостаточной осведомленности о них. Важно отметить, что уровень узнаваемости героев советских мультфильмов достаточно высокий. Однако эти персонажи вызвали затруднения у иностранных студентов – некоторые учащиеся не знают даже таких известных героев, как Кот Матроскин и Мойдодыр.

Общий уровень осведомленности о героях мультфильмов среди представителей молодежи очень высокий. Большая часть респондентов знает героев мультфильмов советского и диснеевского направлений. Восприятие образа героя мультфильма напрямую зависит от конкретного содержания мультфильма, определенного образа и ситуации, в которой находится персонаж. Например, волк-спортсмен ассоциируется со здоровым образом жизни, волк-романтик – с героем-любовником, волк на палубе – с путешествиями, а курящий волк вызывает лишь негативные ассоциации. Разницы в восприятии подобного стимульного материала иностранным или российским студентом нет.

Самыми популярными являются диснеевские мультики и диснеевские персонажи. Необходимо отметить и позитивное восприятие молодежной аудиторией советских мультфильмов – данные герои вызывают у респондентов в основном положительные эмоции. Важны также и качества самих героев – так оказалось, что респондентов привлекают в первую очередь мужественные, умные, умеющие преодолевать трудности герои, способные за себя постоять и идущие по жизни с улыбкой.

Отношение молодежи к использованию персонажей мультфильмов в современной рекламной коммуникации положительное. Респонденты уверены, что использование героев мультфильмов подойдет для целевой аудитории различного возраста, не только для молодежи.

Исходя из анализа ответов респондентов, использование анимационных персонажей в рекламе вызывает положительные эмоции у респондентов. Важно сохранять образ и характер героя, что подтверждают результаты исследования. Так, в ходе анализа восприятия рекламного ролика компании Coca-Cola был сделан вывод о том, что респондентам нравится данный ролик и Санта-Клаус полностью соответствует своему образу.

Образ героев рекламы «Простоквашино» полностью соответствует образу, представленному в мультфильме, в отличие от рекламы стирального порошка «Миф 3 в 1» и детской косметики «Принцесса»: опрошенными было отмечено, что образ героев не соответствует их образу в мультфильме, а некоторые их даже не узнали.

Реклама компании «Ростелеком» с использованием Винни-Пуха и Пятачка была воспринята негативно, так как, по мнению респондентов, внедрение советских мультфильмов в современную рекламу сотовой связи неудачно.

В рекламе, направленной на детскую аудиторию, персонажи используются достаточно навязчиво,

как, например, в рекламе шоколада Kinder, где героиня Маша из мультфильма «Маша и Медведь» призывает детей обменивать упаковку от продукции на ценные подарки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Проводя анализ результатов фокус-групп, отметим, что поставленные авторами задачи решены, а цель по выявлению отношения молодежи к использованию героев мультфильмов в рекламной коммуникации достигнута. Можно с уверенностью сказать, что для большого числа продукции, а в особенности – детской, использование персонажей из мультфильмов является логичным и в большинстве случаев актуальным.

Уровень известности героев советских мультфильмов достаточно высокий, что дает брендам возможность использовать этих персонажей в своих рекламных коммуникациях. Наиболее популярными являются герои мультфильмов Уолта Диснея и другие персонажи зарубежных мультфильмов. Важно учитывать характер персонажа и его сочетание с продукцией, которая рекламируется. Очень важно правильно подбирать героя рекламного ролика для того, чтобы между рекламируемым объектом и персонажем не возникло диссонанса.

Дальнейшие исследования данной проблематики могут быть связаны с подбором релевантных персонажей под конкретные группы товаров и выявлением концепции использования героев мультипликационных фильмов в рекламных коммуникациях бренда.

В результате исследования был сделан следующий вывод: персонажей мультфильмов стоит использовать в рекламных коммуникациях бренда, они привлекают внимание целевой аудитории и вызывают ее интерес, делают рекламу яркой и запоминающейся, но стоит учитывать главный фактор: нельзя вырывать персонажа из контекста мультфильма, он должен быть именно таким, каким его привыкли видеть, и тогда рекламная коммуникация действительно будет успешной.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Байбородова Л.В., Чернявская А.П. (2022). Методология и методы научного исследования: учебное пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт. 221 с.
- Гладких И.В., Старов С.А. (2009). Смешарики: герои мультфильма уходят в бизнес (учебный кейс) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. № 3. С. 149–173.
- Глинская И.Ю., Кириллова Е.А. (2017). Использование средств маркетинговых коммуникаций для продвижения детских развивающих брендов // Коммуникология. Т. 5, № 1. С. 165–177.
- Зеленина Е.С. (2012). Сопоставительный анализ персонажей фольклорной сказки и современной телевизионной рекламы: задачи, ролевые функции и основная атрибутика // Вестник Иркутского государственного технического университета. № 8(67). С. 272–277.
- Ильинцева М.В. (2014). Фирменный персонаж: назначение и типология // Nauka-Rastudent.ru. № 3 (03). С. 12.
- Манохова А.А. (2016). Герои рекламы как визуальный образ бренда // Научно-методический электронный журнал «Концепт». Т. 34. С. 190–195.
- Марочкина С.С., Вегенер Ю.С. (2014). Коммуникативные возможности героев рекламы // Омский научный вестник. № 1(125). С. 263–267.
- Шабанова О.Н. (2019). Мультипликационные образы в Российской рекламе: критерии визуализации бренда // Известия Чеченского государственного педагогического университета. Серия 1. Гуманитарные и общественные науки. Т. 23, № 1(25). С. 88–93.

REFERENCES

- Bayborodova L.V., Chernyavskaya A.P. (2022), *Methodology and methods of scientific research: a textbook for universities*. 2nd ed. Urait, Moscow, Russia (in Russian).
- Gladkikh I.V., Starov S.A. (2009), “Smeshariki: cartoon characters go into business (educational case)” [“Smeshariki: geroi mul'tfil'ma ukhodyat v biznes (uchebnyi keis)”], *Vestnik of Saint Petersburg University. Management*, no. 3. pp. 149–173 (in Russian).
- Glinskaya I.Yu., Kirillova E.A. (2017), “The role of marketing communications in promotion of children’s developing products”, *Communicology*, vol. 5, no. 1, pp. 165–177 (in Russian).
- Ilintseva M.V. (2014), “The firm character: appointment and typology”, *Nauka-Rastudent.ru*, no. 3(03), p. 12 (in Russian).
- Manokhova A.A. (2016), “Advertising heroes as a visual image of the brand” [Geroi reklamy kak vizual'nyi obraz brenda], Scientific-methodological electronic journal “Koncept”, vol. 34, pp. 190–195 (in Russian).
- Marochkina S.S., Wegener Yu.S. (2014), “Communicative possibilities of advertising heroes” [Kommunikativnye vozmozhnosti geroev reklamy], *Omsk Scientific Bulletin*, no. 1(125), pp. 263–267(in Russian).
- Shabanova O.N. (2019), “Animated cartoon images in Russian advertising: criteria of brand visualization”, *News of the Chechen State Pedagogical University. Series 1. Humanities and Social Sciences [Izvestiya Chechenskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta]*, vol. 23, no. 1(25), pp. 88–93 (in Russian).
- Zelenina E.S. (2012), “Comparative analysis of folktale and modern TV commercial characters: goals, role functions and primary attributes”, *Proceedings of Irkutsk State Technical University*, no. 8(67), pp. 272–277 (in Russian).

Соседские чаты как предмет офлайн-социологии

УДК 316.774+316.334.56

DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-1-39-47

Получено 17.01.2023

Доработано после рецензирования 24.02.2023

Принято 03.03.2023

Иванов Кирилл Андреевич

Преп. каф. китаеведения

ORCID: 0000-0002-3895-0082

E-mail: allshallwillgood@gmail.com

Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия

АННОТАЦИЯ

Соседские чаты плотно вошли в нашу повседневную жизнь, став неотъемлемым атрибутом большинства городских локальностей. Несмотря на их значительную роль в процессах соседской коммуникации и построении локальных сообществ, это явление пока мало осмысливается социальными науками. Цель статьи – предложить варианты адаптации ряда социологических подходов к анализу феномена соседских чатов. Автором раскрыта сущность соседского чата как институционально- и коммуникационно-ориентированного инструмента для обмена информацией. Приведена классификация соседских чатов по степени их закрытости. Описаны формы контроля в селекции участников в закрытых вариантах соседских чатов. Коммуникативную сторону соседского чата предложено рассмотреть через призму

«драматургического подхода» И. Гофмана. Предложены концептуализации основных понятий «драматургии» в контексте цифрового соседского взаимодействия. С опорой на подход акторно-сетевой теории проанализирована сложная природа соседского чата как технологического и социального явления. Обосновано определение соседского чата как «актор-сети». Функциональная сторона соседского чата как механизма сборки соседских сообществ рассмотрена в сопоставлении с концептом «третьего места» Р. Ольдэнбурга. Показано, что соседский чат, являясь цифровой симуляцией «третьего места», потенциально может восполнить дефицит реальных общественных пространств в условиях типовой застройки, запуская и поддерживая процессы интеграции на местности.

Ключевые слова

Соседский чат, соседское сообщество, локальность, коммуникация, мессенджер, драматургический подход, акторно-сетевая теория, третье место

Для цитирования

Иванов К.А. Соседские чаты как предмет офлайн-социологии // Цифровая социология. 2023. Т. 6, № 1. С. 39–47.

© Иванов К.А., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Neighborhood group chats as a subject of offline sociology

Received 17.01.2023

Revised 24.02.2023

Accepted 03.03.2023

Kirill A. Ivanov

Lecturer at the Chinese Studies Department

ORCID: 0000-0002-3895-0082

E-mail: allshallwillgood@gmail.com

Irkutsk State University, Irkutsk, Russia

ABSTRACT

Neighborhood group chats have become an inseparable attribute of most urban localities. Despite their significant role in the processes of neighborhood communication and the construction of local communities, this phenomenon has been little comprehended by social science. The purpose of this article is to offer variants of adaptation of some sociological approaches to the analysis of the phenomenon of neighborhood chats. The nature of neighborhood chat as an institutional and communication-oriented tool for information exchange is described. The classification of neighborhood chats according to the level of their closeness is given. The forms of control in the selection of participants in closed versions of neighborhood chats are explained. The communicative side of neighborhood chat is proposed to be considered through the prism of E. Goffman's "dramaturgy". Conceptualizations

of the basic concepts of "dramaturgy" in the context of digital neighborhood interaction are proposed. The complicated nature of neighborhood chat as a technological and social phenomenon is analyzed using the actor-network theory approach. The identification of neighborhood chat as an "actor-network" has been substantiated. The functional side of neighborhood chat as a mechanism of assemblage of neighborhood communities is considered in correlation with R. Oldenburg's concept of the "third place". It is shown that the neighborhood chat, being rather a digital simulation of the "third place", can potentially compensate for the lack of real public spaces in the conditions of typical development, launching and supporting the processes of integration on the locality.

Keywords

Neighborhood chat, neighborhood community, locality, communication, messenger, dramaturgical approach, actor-network theory, third place

For citation

Ivanov K.A. (2023) Neighborhood group chats as a subject of offline sociology, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 1, pp. 39–47. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-39-47

© Ivanov K.A., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Сегодняшнее состояние социальной науки во многом характеризуется поиском адекватной научной парадигмы, способной качественно и достоверно интерпретировать актуальные феномены меняющегося мира. Особенно остро данные рефлексии проявляются в отношении исследований цифрового пространства, отличающегося от привычного для социологов офлайна, что порождает необходимость интегративного использования классических научных подходов в отношении цифровой реальности [Кибакин, Гришаева, 2019]. Важным катализирующим фактором в поиске вариантов «перепрошивки» социальной теории выступает «смартфон-революция» [Mallinson, 2015], обеспечившая включение (потенциальное и фактическое) в процессы цифрового взаимодействия самых широких слоев населения практически вне зависимости от уровня благополучия региона проживания и личного уровня доходов [Miller et al., 2021, p. 15]. Цифровизация становится явлением, обрамляющим повседневность, определяет появление новых рутинных практик, производимых посредством использования современных технологий. Одной из сфер, в которой данный феномен проявляется наиболее явно, становится соседское взаимодействие. Соседские чаты, вероятно, существуют в большинстве жилых локальностей современного города, однако пока мало осмысливаются социологами с точки зрения их роли в построении локальных сообществ.

Цель данной статьи – предложить вариант адаптации ряда социологических подходов к осмыслению феномена соседских чатов. Для достижения этой цели необходимо решить две главные задачи – описать феномен соседских чатов и соответствующие ему особенности и предложить трактовки социологических подходов, потенциально применимых для анализа данного феномена. С нашей точки зрения, решение подобных задач позволит сократить ту эпистемологическую дистанцию, с которой часто сталкиваются социальные исследователи при работе с цифровыми контекстами. Предлагаемые подходы не претендуют на методологический универсализм, а лишь открывают некоторую перспективу для дальнейших концептуализаций.

ФЕНОМЕН СОСЕДСКИХ ЧАТОВ / NEIGHBORHOOD CHATS PHENOMENON

Соседские чаты – относительно новое массовое явление, ставшее неотъемлемой частью городской повседневности. Коммуникация в них

реализуется в основном посредством мессенджеров, то есть приложений для моментального обмена сообщениями на смартфонах или других портативных устройствах. Важная особенность соседского чата, отличающая его от других интернет-сообществ, – это привязка к определенной местности/ локальности. Данная особенность напрямую коррелирует с одной из двух генеральных трактовок сообщества в социальных науках – институционально-ориентированной, определяющей сообщество с точки зрения формальных характеристик общности, таких как совместная территория, хозяйственные институты и органы управления [Добрякова, 1999]. С другой стороны, соседский чат является площадкой для коммуникации соседей, позволяющей формулировать общие ценности, обсуждать насущные вопросы, вырабатывать высокий уровень солидарности и доверия. Это дает возможность через дискурс-анализ чатов исследовать такие сообщества с точки зрения коммуникационно-ориентированного подхода [Добрякова, 1999]. Анализ дискурсивных практик соседей позволяет измерить как уровень интегрированности сообщества с тем физическим ландшафтом, в котором оно расположено и функционирует, так и «плотность» сообщества; как «плотность взаимодействия в нем, так и его морального единства» [Павлюткин, Юдин, 2015], что позволяет исключить пространственную скученность в качестве параметра, априорно его определяющего.

Важно, что в соседских чатах функционируют механизмы контроля, позволяющие обеспечить присутствие только действительных членов данного сообщества путем ограничения выдачи соответствующих ссылок-приглашений. Получение ссылки не является единственным условием попадания в чат, а часто подкрепляется контролем со стороны администраторов сообществ, которыми, как правило, являются жители соответствующих локальностей, имеющие определенный статус в рамках сообщества, – старшие по дому/ подъезду, председатели товарищества собственников жилья, местные активисты и т.д.

Приведем пример из чата одного из подъездов жилого комплекса (далее – ЖК) «Новый», г. Иркутск (здесь и далее орфография и пунктуация участников беседы сохранены):

«Старший по подъезду: напишите, пожалуйста, кто вы, из какой квартиры и кем являетесь. Напомню всем, что, добавляя кого-то в чат, пишем информацию о человеке

Собственник: Здравствуйте! Я новый собственник 109 квартиры, фактически будет проживать мой сын.

Сын собственника: Всем добрый день!»

Уровень эксклюзивности соседского сообщества зависит от пространственного масштаба соответствующей локальности. Как правило, чаты подъездов, блок-секций и малых дворов лучше «охраняются» от «чужаков», чем чаты крупных жилых комплексов или микрорайонов.

Приведем пример из чата одной из блок-секций ЖК «Сантоки», г. Иркутск:

«Жилец: Добрый день! Кто это тот, кто присоединился? Если Вы не являетесь жильцами нашего дома, прошу самостоятельно удалиться.

Старший по дому: Позвонила мне Соседка, говорит, случайно добавила, сама не знает, как получилось. Удалить не может. Буду удалять».

В первом случае процесс вступления в чат предполагает подтверждение своей причастности к месту либо через предъявление администраторам документов, подтверждающих право собственности, либо по приглашению действительного члена виртуального соседского сообщества. Во втором варианте ссылки на вступление в чаты ЖК можно с легкостью обнаружить в открытом доступе в группах застройщиков в социальных сетях [Лебедева, 2022].

Выработка подобного рода фильтрационных механизмов, включая весьма эксцентричные просьбы скинуть геолокацию или сделать фото вида из окна, в одном случае и отсутствие оных в другом, вероятнее всего, артикулируется разными подтипами цифровых сообществ: в случае с общедоступными чатами – типом «онлайн-сообщества»; в случае с закрытыми – «сообществом онлайн» [Van Dijk, 2006, p. 167]. То есть в случае с первым подтипом сама архитектура чата не предполагает обязательной принадлежности его участников к соответствующей городской локальности и во многом остается виртуальным сообществом, в то время как второй подтип по сути является цифровым продолжением реального соседствования.

«ДРАМАТУРГИЧЕСКИЙ ПОДХОД» И. ГОФМАНА В ИССЛЕДОВАНИИ СОСЕДСКИХ ЧАТОВ / HOFFMANN'S “DRAMATURGICAL APPROACH” IN THE STUDY OF NEIGHBORHOOD CHATS

С началом массовой цифровизации общественной жизни предпринимаются разнообразные попытки адаптировать подходы американского социолога И. Гофмана к анализу социальных медиа и онлайн-коммуникации [Hogan, 2010]. С нашей точки зрения, наиболее продуктивным здесь является «драматургический подход» [Гофман, 2000].

Исследователи онлайн-сред отмечают большую пригодность «драматургического подхода» для

синхронной коммуникации, нежели для асинхронной [Rettie, 2009], поскольку одновременность взаимодействия в сети приближает определение данной коммуникативной ситуации к варианту коммуникации «лицом-к-лицу» [Гофман, 2000, с. 47]. Несмотря на фактическое несоответствие цифрового варианта важнейшему параметру данного вида ситуации – физическому соприкосновению, нахождение в одном тематическом цифровом локусе продуцирует социальное онлайн-соприкосновение [Zhao, Elesh, 2008], особенно актуализированное при взаимодействии соседей, поскольку соседские чаты, как правило, тематически вращаются вокруг институционально-ориентированных вопросов соседства – материальных, юридических и организационных коллективных интересов.

Приведем пример из чата одной из блок-секций ЖК «Сантоки», г. Иркутск:

«Старший по подъезду: Добрый вечер, товарищи соседи! Наконец-то я могу Вас проинформировать о завершении ремонтных работ на очередных двух этажах нашего многоквартирного дома. Это 8-й и 9-й этаж. <...> Благодаря выполненной работе, интерьер 8-го и 9-го этажей не уступает новым домам города Иркутска, а в чем-то даже превосходит большую часть новостроек. Красиво, качественно, аккуратно. #нашдомсамыйлучший».

Другой пример из чата одной из блок-секций ЖК «Сантоки», г. Иркутск:

«Жилец: Уважение и благодарность нашим активным юридически образованным, неравнодушным соседям – Павлу из 57 кв. и Георгию – 47 кв.! Они тратят свое время, тратят свои немалые деньги для общего дела, отстаивают наш подвал в суде! Честь и хвала вам, парни! Я рада, что у нас такие порядочные соседи!!!»

Еще один пример из чата одного из подъездов ЖК «Новый», г. Иркутск:

«Жилец-активист: Уважаемые соседи, сегодня 27.09.2022 г. состоится собрание по поводу выбора совета дома в 18:00 на 4-м участке, ул. Красноказачья 74, справа от киндерпул, при себе необходимо иметь документы о праве собственности, т.к. голос будут принимать только собственники жилья».

Функционал мессенджеров предоставляет пользователям некоторые инструменты для «поддержания экспрессивного контроля» [Гофман, 2000, с. 84]. Например, плашка «online» рядом с именами пользователей дает возможность определять момент их присутствия в сети и, соответственно, максимизировать вероятность быстрого прочтения необходимой информации. Данная

функция делает возможными как индивидуально-ориентированные (узнать местоположение своего ребенка, потенциально находящегося в гостях; попросить оперативно отогнать автомобиль или сделать тише музыку), так и коллективно-ориентированные (оповестить о нахождении в подъезде подозрительных лиц или работников сферы ЖКХ, совершающих обход по бытовым вопросам) тактические действия. Это создает возможность «поймать» отдельного пользователя в моменте или посредством наблюдений вычленив определенное время появления большинства в сети для публикации коллективных обращений. Функциональности данному инструменту добавляет техническая возможность отслеживать прочтение сообщений, просмотреть список прочитавших и их реакцию в виде «лайка» или разнообразных эмодзи. Совмещение двух факторов – прочтения сообщения пользователем и активной у него плашки «online» во время обмена мгновенными сообщениями приближает контекст цифрового взаимодействия к ситуации «здесь-и-сейчас», что обуславливает достаточную релевантность анализа через призму «драматургического подхода».

Отдельного внимания в «драматургической» интерпретации онлайн-коммуникации соседей заслуживает экспликация концептов «зоны переднего плана» и «закулисья» [Гофман, 2000, с. 143–148]. Передним планом можно считать основной чат, в котором присутствуют все соседи, происходят основные интеракции и посредством которого транслируется различного рода общественно значимая информация. При этом «сцена» в рамках данного чата может масштабироваться, принимая форму как единоличного перформанса одного из участников чата, так и диалога между несколькими участниками. Довольно часто структура данных диалогов может проявиться в форме дебатов по коллективным проблемам, и у «аудитории» [Гофман, 2000, с. 30], которой становятся все участники цифрового сообщества, присутствует техническая возможность размечать те или иные высказывания дебатующих в соответствии с собственным мнением: выставляя реакцию на сообщения в виде эмодзи или «лайков», либо отвечая на отдельные сообщения (путем сдвига в сторону) короткими репликами или знаком «+». Таким образом, соседский чат представляет собой площадку для воспроизводства цифрового аналога «переднего плана» гофмановского представления, конструкция которого предполагает участие как исполнителей, так и зрителей, интерактивно подерживающих каркас ситуации.

В качестве «закулисья» здесь выступают разнообразные варианты альтернативных основному чату цифровых пространств. Самой простой вариацией заднего плана является «личка», то есть приватный чат, в рамках которого между двумя пользователями могут обсуждаться произошедшие в основном коллективном чате события, выстраиваться стратегии индивидуального действия, проявляться различного рода эмоциональные оценки происходящего. Важно отметить, что «личка» администратора сообщества может использоваться в чисто функциональном смысле, как инструмент передачи различного рода предложений, наблюдений и просьб.

Другим вариантом «закулисной зоны» может являться чат узкого круга жильцов, часто активистов, с аффилиацией в совете дома/подъезда. Являясь ядром сообщества, принимающим на себя различного рода обязательства, члены актива, как правило, сосредоточивают значительную часть управленческих функций, тем самым принимая как данность функцию формулирования хозяйственно-политических решений в рамках соседской локальности. Основной чат в данном случае служит своего рода инструментом по легитимации и последующей реализации сформулированных идей, в то время как малый чат актива выступает площадкой для координации агитационных действий и сохранения «стратегических секретов» [Гофман, 2000, с. 180].

АКТОРНО-СЕТЕВАЯ ТЕОРИЯ В ИССЛЕДОВАНИИ СОСЕДСКОЙ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ / ACTOR- NETWORK THEORY IN THE STUDY OF ONLINE NEIGHBORHOOD COMMUNICATION

Главным аргументом критиков применения офлайновых социологических подходов к исследованию онлайн-коммуникации служит опосредованность данной формы взаимодействия цифровыми технологиями. Эта опосредованность является двухслойной: первым «слоем» выступают устройства, используемые коммуникантами в интеракциях, вторым – цифровая платформа в виде приложения-мессенджера с соответствующим интерфейсом и функционалом. Первым необходимым исследователю шагом является определение тех траекторий, что запускаются у пользователя технического устройства на телесном и когнитивном уровне – как меняется ощущение времени и пространства, трансформируются практики коммуникации и присутствия, как устройство в качестве объекта встраивается в механику повседневности субъекта. Вторым шагом

необходимо рассмотреть те возможности, что предоставляются пользователю мессенджером, и то, как он их использует – конструирует собственный образ в профиле или никнейме, репрезентирует свою позицию в обсуждениях, выстраивает идентичность в соответствии с групповым дискурсом или вопреки ему. Потенциально истончить навязываемую данными условностями эпистемологическую преграду поможет подход акторно-сетевой теории (далее – АСТ).

Главный посыл данного подхода заключается в выходе за пределы понятия «социального» в интерпретации, вращающейся вокруг социальных отношений как интеракций между людьми и их группами с порождаемыми таким образом феноменами человеческого мира. Выход предлагается провести за счет вовлечения в социальную теорию нечеловеческих объектов [Латур, 2015, с. 100–105] и различного рода «нелюдей» [Кастру, 2017, с. 24] в качестве полноценных акторов.

Соседский чат в рамках АСТ можно интерпретировать как объект, материальность которого стоит под вопросом. С одной стороны, чат является не более чем результатом работы разработчиков, наполненный пространственно- и сообщество-ориентированными цифровыми и вербальными «седиментациями» пользователей-соседей с создаваемыми ими дискурсами и нарративами. С другой, за каждой такого рода седиментацией стоит реальный человек, влияющий на конструирование и поддержание локального социального порядка и сам попадающий под влияние структурирующих структур. Двоякая природа соседского чата, его материальность и нематериальность, его цифрогенность и социальность конституирует состояние его неопределенности с точки зрения социальной науки, выражаясь в текучести его формы и, соответственно, результатов его исследований [Ло, 2015, с. 161–173].

Однако в связи с тем, что данный объект обладает реактивной природой, он напрямую коррелирует с реальным миром социальных отношений. Главный риск социологического исследования цифровых соседских сообществ – редуцирование анализа к вопросам причинности и релевантности, что ведет к фрагментированным выводам и вряд ли позволит раскрыть суть явления в рамках обобщений. С другой стороны, взгляд на соседские чаты как «актор-сети» [Латур, 2015, с. 145] в более широком социальном контексте позволяет избежать данной редукации, полноправно встраивая явление в коммуникативную конструкцию.

СОСЕДСКИЙ ЧАТ КАК «ТРЕТЬЕ МЕСТО» / NEIGHBORHOOD CHAT AS A “THIRD PLACE”

Сообщество является одним из ключевых «понятий-кодов» в социологии, особенно в социологии города [Eidelman, Safransky, 2021]. Существует ряд особенностей, характерных для подобного рода мейнстримных концептов в социальной науке: они выполняют функцию общего знаменателя в разрозненных дисциплинарных и субдисциплинарных полях; присваивают статус «реальности особого рода» некоторому классу феноменов; определены имплицитно; очень сложно терминологически определяемы [Вахштайн, 2022, с. 30].

Проблема определения сообщества в языке социальной теории во многом детерминруется не только сложностью самого феномена, но и многовариантностью его «точек сборки». Один из вариантов концептуализации таких точек для локальных сообществ дает Р. Ольденбург в своей идее о «третьих местах» [Ольденбург, 2014]. Предложенная им перспектива определяет общественные пространства («третьи места», по аналогии с «первым местом» – домом и «вторым местом» – работой) в виде механизмов, основной функцией которых является конструирование сообществ, поскольку сами по себе сообщества являются хрупкими образованиями, нуждающимися в пространственно-выраженном локальном месте встреч, где их члены смогут познакомиться, найти варианты соприкосновения и эмоционально привязаться друг к другу [Ольденбург, 2014, с. 25–26]. Автор настаивает на конвергентном эффекте «третьих мест», способных нивелировать социальные дистанции, поскольку «источники социального разделения оставлены снаружи» [Ольденбург, 2014, с. 119].

Пространственное обустройство застройки современного типа является одним из самых распространённых объектов критики современной урбанистической теории. Исследователи отмечают, что однообразность, высотность и монофункциональность современных микрорайонов препятствует формированию соседских связей на уровне планировки, выстраивая жилую среду вокруг «ничейного» и «пустого» пространства больших дворов [Чернышева, Гизатуллина, 2021].

В данном контексте цифровые соседские сообщества обладают некоторыми особенностями ольденбургского «третьего места», компенсируя недостаток офлайновых общественных пространств в ландшафте современных жилых комплексов, позволяют запускать и поддерживать интеграционные социальные процессы на местности,

продуцировать практики «гибридного соседства» [Чернышева, Гизатуллина, 2021].

Приведем пример из чата ЖК «Квадрум», г. Иркутск:

«Жилец: Соседи, правильно понимаю, что собрание 2.08.21 в 19 часов по подъездах своих домов. ЖК у нас одно, может и делать единое, во дворе? Нам много чего решить нужно и обязательно набирать кворум придется. Вот и будем дружить и домами и семьями»

Пример из чата ЖК «Союз», г. Иркутск:

«Жилец: Каждую весну и летом у нас субботники <...> И фантики выгребаем и траву и ветки старые. Соседи семьями выходят. В своем дворе не стремно уборку навести»

Однако несмотря на поверхностную схожесть коммуникативного компонента концепта Р. Ольденбурга с соседскими чатами, стоит отдавать себе отчет в том, что данное сравнение не является отождествлением. Взаимодействие в мессенджере остается виртуальным, то есть выходит за рамки пространства и времени, формируя скорее симуляцию «третьего места», референции которой остаются в офлайне. Но даже с этой оговоркой данный подход представляется адаптивным для дальнейшей интерпретации и выработки инструментария. Как минимум, сопоставление концепта «третьего места» с соседским чатом позволяет рассмотреть последний в качестве механизма сборки сообщества, выделяя в его структуре особенности, соответствующие первому.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Цифровизация коренным образом меняет каркас социальной реальности, делая мир более прозрачным, формируя для субъекта бесконечно широкий виртуальный «мир в пределах досягаемости» [Шюц, 2004, с. 346], сплетающийся с «миром современников» [Шюц, 2008]. Среда взаимной мотивации подкрепляется возможностью дистанционного совмещения перспектив посредством цифровых технологий, что справедливо как для больших расстояний в рамках всего земного шара, так и для новых городских локальностей, жители которых расположены в едином пространстве физически, но часто социально дистанцированы в силу недостаточной развитости связей, разношерстности публики и монофункциональной обезличенности типовой застройки.

В данном ключе соседские чаты выступают механизмом, предоставляющим совместностям возможность трансформироваться в соседства. Соседские чаты становятся гибридным «пространством», которое обеспечивает «склею» физической и социальной плоскости, формулируя общественный порядок. Несмотря на текучесть в качестве социального субстрата, соседские чаты являются как детерминированными, так и детерминирующими реальными отношения феноменами, что определяет возможность применения ресурсов «офлайн-социологии» к их осмыслению.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Вахштайн В.С. (2022). Воображая город: введение в теорию концептуализации. М.: Новое литературное обозрение. 576 с.
- Гофман И. (2000). Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья Ковалев А.Д. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле. 304 с.
- Добрякова М.С. (1999). Исследования локальных сообществ в социологической традиции // Социологические исследования. № 7. С. 125–133.
- Кастру Э.В. (2017). Каннибальские метафизики. Рубежи постструктурной антропологии. Пер. с фр. Кралечкин Д. М.: Ад Маргинем Пресс. 199 с.
- Кибакин М.В., Гришаева С.А. (2019). Актуальные проблемы рефлексии цифровой социальной реальности: переосмысление научных концепций // Цифровая социология. Т. 2, № 1. С. 4–9. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2019-1-4-9>
- Латур Б. (2014). Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. Пер. с англ. Полонская И. Под ред. Гавриленко С. М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 384 с.
- Лебедева Е.В. (2022). «Право на город»: опыт анализа дворовых сообществ с позиции критической теории (на примере Минска) // Вестник Института социологии. Т. 13, № 1. С. 44–66. <https://doi.org/10.19181/vis.2022.13.1.775>
- Ло Дж. (2015). После метода: беспорядок и социальная наука. Пер. с англ. Гавриленко С., Писарев А. и Хановой П. Науч. ред. Гавриленко С. М.: Изд-во Института Гайдара. 352 с.
- Ольденбург Р. (2014). Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. Пер. с англ. Широканова А. М.: Новое литературное обозрение. 456 с.
- Павлюткин И., Юдин Г. (2015). Сообщество как данность и сообщество как процесс: стратегии изучения малых городов // Laboratorium: журнал социальных исследований. Т. 7, № 3. С. 88–105.

- Чернышева Л., Гизатуллина Э. (2021). «ВКонтакте» с соседями: черты и практики гибридного соседствования в большом жилом комплексе Санкт-Петербурга // *Laboratorium: журнал социальных исследований*. Т. 13, № 2. С. 39–71. <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2021-13-2-39-71>
- Шюц А. (2004). Избранное: Мир, светящийся смыслом. Пер. с нем. и англ. Николаев В., Ромашко С., Смирнова Н.; под ред. Смирновой Н. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН). 1056 с.
- Шюц А. (2008). Некоторые структуры жизненного мира. Пер. с англ. Портнов А. и Кукарцева М. // *Вопросы социальной теории: научный альманах*. Т. 2, № 1(2). С. 72–87.
- Eidelman T.A., Safransky S. (2021). The urban commons: a keyword essay // *Urban Geography*. V. 42, no. 6. Pp. 792–811. <https://doi.org/10.1080/002723638.2020.1742466>
- Hogan B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online // *Bulletin of Science, Technology & Society*. V. 30, no. 6. Pp. 377–386. <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
- Mallinson K. (2015). Smartphone revolution: Technology patenting and licensing fosters innovation, market entry, and exceptional growth // *IEEE Consumer Electronics Magazine*. V. 4, no. 2. Pp. 60–66. <https://doi.org/10.1109/MCE.2015.2392954>
- Miller D., Rabho L., Awondo P., Vries M., Duque M., Garvey P., Haapio- Kirk L., Hawkins C., Otaegui A., Walton S., Wang X. (2021). *The global smartphone: Beyond a youth technology*. London: UCL Press, 320 p.
- Rettie R. (2009). Mobile phone communication: Extending Goffman to mediated interaction // *Sociology*. V. 43, no. 3. Pp. 421–438. <https://doi.org/10.1177/0038038509103197>
- Van Dijk J. (2006). *The network society: Social aspects of new media*. Thousand Oaks: SAGE Publications Inc. 304 p.
- Zhao S., Elesh D. (2008). Copresence as “being with”: Social contact in online public domains // *Information, Communication & Society*. V. 11, no. 4 Pp. 565–583. <https://doi.org/10.1080/13691180801998995>

REFERENCES

- Castro E.V. (2017), *Cannibal metaphysics. Frontiers of poststructural anthropology*, Trans. from French Krlechkin D., Ad Marginem Press, Moscow, Russia (in Russian)
- Chernysheva L., Gizatullina E. (2021), “Vkontakte and the neighbors: features and practices of hybrid neighboring in a large housing estate in Saint Petersburg, Russia”, *Laboratorium: Russian Review of Social Research*, vol. 13, no. 2, pp. 39–71, <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2021-13-2-39-71> (in Russian).
- Dobryakova M.S. (1999), “Studies of local communities in the sociological tradition” [“Issledovaniya lokal’nykh soobshchestv v sotsiologicheskoi traditsii”], *Sociological Studies*, no. 7, pp. 125–133 (in Russian).
- Eidelman T.A., Safransky S. (2021), “The urban commons: a keyword essay”, *Urban Geography*, vol. 42, no. 6, pp. 792–811, <https://doi.org/10.1080/002723638.2020.1742466>
- Goffman E. (2000), *The presentation of self in everyday life*, Trans. From Eng. Kovalev A.D., Kanon-Press-Ts; Kuchkovo pole, Moscow, Russia (in Russian).
- Hogan B. (2010), “The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online”, *Bulletin of Science, Technology & Society*, vol. 30, no. 6, pp. 377–386, <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
- Kibakin M.V., Grishaeva S.A. (2019), “The current problems of the digital reflection of social reality: rethinking scientific concepts”, *Digital Sociology*, vol. 2, no. 1, pp. 4–9, <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2019-1-4-9> (in Russian).
- Latour B. (2014), *Reassembling the social. An introduction to Actor-Network Theory*, Trans. from Eng. Polonskaya I, Gavrilenko S. (ed.), Higher School of Economics Publ. House Moscow, Russia (in Russian)
- Law J. (2015), *After Method: Mess in Social Science Research*, Trans. from Eng. Gavrilenko S., Pisarev A., Hanova P., Gavrilenko S. (ed.), The Gaidar Institute Publ. House, Moscow, Russia (in Russian).
- Lebedeva E.V. (2022), ““Right to the city”: experience of analysis of courtyard communities from the position of critical theory (by the example of Minsk)”, *Bulletin of the Institute of Sociology (Vestnik instituta sotziologii)*, vol. 13, no. 1, pp. 44–66, <https://doi.org/10.19181/vis.2022.13.1.775> (in Russian).
- Mallinson K. (2015), “Smartphone revolution: Technology patenting and licensing fosters innovation, market entry, and exceptional growth”, *IEEE Consumer Electronics Magazine*, vol. 4, no. 2, pp. 60–66, <https://doi.org/10.1109/MCE.2015.2392954>
- Miller D., Rabho L., Awondo P., Vries M., Duque M., Garvey P., Haapio- Kirk L., Hawkins C., Otaegui A., Walton S., Wang X. (2021), *The global smartphone: Beyond a youth technology*. UCL Press, London, UK.
- Oldenburg R. (2014), *The great good place: cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons and other hangouts at the heart of a community*, Trans. from Eng. Shirokanova A., New Literary Observer [Novoe literaturnoe obozrenie], Moscow, Russia (in Russian)

- Pavlyutkin I., Yudin G. (2015), "Community as a given versus community as a process: strategies for studying small towns", *Laboratorium: Russian Review of Social Research*, vol. 7, no. 3, pp. 88–105 (in Russian).
- Rettie R. (2009), "Mobile phone communication: Extending Goffman to mediated interaction", *Sociology*, vol. 43, no. 3, pp. 421–438, <https://doi.org/10.1177/0038038509103197>
- Schütz A. (2004), *Selected writings: A world luminous with meaning*. Transl. from Eng. and Germ. Nikolaev V., Romashko S., Smirnova N., Russian political encyclopedia (ROSSPEN), Moscow, Russia (in Russian).
- Schütz A. (2008), "Some structures of the life world", Trans. from Eng. Portnov A., Kukarceva M., *Issues of Social Theory. Scientific almanac*, vol. 2, no. 1(2), pp. 72–87 (in Russian).
- Vahshtajn V.S. (2022), *Imagining the city: an introduction to conceptualization theory*, New Literary Observer [Novoe literaturnoe obozrenie], Moscow, Russia (in Russian).
- Van Dijk J. (2006), *The Network Society: Social Aspects of New Media*, SAGE Publications Inc., Thousand Oaks, USA.
- Zhao S., Elesh D. (2008), "Copresence as 'being with': Social contact in online public domains", *Information, Communication & Society*, vol. 11, no. 4, pp. 565–583, <https://doi.org/10.1080/13691180801998995>

Социология ценностей: опыт построения таксономии путем использования технологии анализа естественного языка

УДК 303.1 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-1-48-58

Получено 07.02.2023

Доработано после рецензирования 09.03.2023

Принято 22.03.2023

Кашина Марина Александровна

Д-р полит. наук, проф. каф. социальных технологий

ORCID: 0000-0003-4509-8657

E-mail: kashina-ma@ranepa.ru

Северо-Западный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Санкт-Петербург, Россия

Ткач Сергей

Программист

ORCID: 0000-0001-5016-9187

E-mail: sergey@ngostellit.ru

Научный парк Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург, Россия

АННОТАЦИЯ

Современные исследования в области социологии науки становятся все более сложными из-за постоянно растущей публикационной активности авторов. Для отслеживания трендов в отраслевых социологиях ученые обращаются к методам наукометрии, однако их оказывается недостаточно. Предметом исследования выступила тенденция развития социологии ценностей как отрасли социологии. Цель статьи – оценка возможностей использования методов анализа естественного языка NLP/NLA (англ. natural language processing – обработка текста на естественном языке, natural language assessment – оценка естественного языка) для тематической и теоретической кластеризации исследований в социологии ценностей. Дизайн исследования количественно-качественный, работа проводилась в два этапа. На первом этапе с помощью интеллектуального анализа текста проанализирована 121 аннотация научной статьи, после чего их общий массив был разбит на кластеры. На втором этапе результаты машинной кластеризации

проверялись методом качественного анализа текста, на основе чего выделялись ограничения и возможности метода NLP/NLA для решения задачи кластеризации научных текстов. В ходе анализа обнаружено, что статьи с более консервативным ядром теоретических категорий (гендерные исследования, миграционные исследования, теория глобализма) лучше поддаются кластеризации, а теории со слабо структурированным теоретическим ядром (теории с использованием экологической терминологии, теории неравенства) поддаются кластеризации значительно хуже. Полученные результаты позволяют сформировать новое направление работы с большими массивами научных текстов, связанное с их кластеризацией с помощью NLP/NLA. Построение кластеров дает возможность исследователям изучать все тексты данной тематической области, а не только самые цитируемые. Это, в свою очередь, обеспечивает видимость всех научных идей, в том числе не получивших популярности/известности.

Ключевые слова

Смешанные методы, научный текст, кластеризация, социогуманитарное знание, обработка естественного языка, анализ естественного языка, NLP/NLA, метод Варда, искусственный интеллект, структуриализм, метафора, акторная теория

Для цитирования

Кашина М.А., Ткач С. Социология ценностей: опыт построения таксономии путем использования технологии анализа естественного языка // Цифровая социология. 2023. Т. 6, № 1. С. 48–58.

© Кашина М.А., Ткач С., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Sociology of values: experience of building a taxonomy by using natural language analysis technology

Received 07.02.2023

Revised 09.03.2023

Accepted 22.03.2023

Marina A. Kashina

Dr. Sci. (Polit.), Prof. at the Social Technologies Department

ORCID: 0000-0003-4509-8657

E-mail: kashina-ma@ranepa.ru

North-West Institute of Management – Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, St. Petersburg, Russia

Sergey Tkach

Programmer

ORCID: 0000-0001-5016-9187

E-mail: sergey@ngostellit.ru

St. Petersburg University Research Park, St. Petersburg, Russia

ABSTRACT

Modern research in the field of sociology of science is becoming more complicated due to the constantly growing publication activity of authors. To track trends in sectoral sociology, scientists turn to scientometric methods, but they are not enough. Trends in the development of the sociology of values as a branch of sociology are the subject of the study. The purpose of the work is an assessment of the possibilities of using natural language analysis methods (NLP/NLA) for thematic and theoretical clustering of research in the sociology of values. The design of the study was quantitative and qualitative, it was carried out in two stages. At the first stage, 121 abstracts of a scientific articles were analyzed using text mining, after which their total array was divided into clusters. At the second stage, the results of machine clustering were examined by the method of qualitative text analysis, on the basis of which the limitations

and capabilities of the NLP/NLA method were identified for solving the problem of clustering scientific texts. It was found that articles with a more conservative core of theoretical categories (gender studies, migration studies, the theory of globalism) are more amenable to clustering, while theories with a loosely structured and fluid theoretical core (theories using environmental terminology, theories of inequality) are much less amenable to explicit clustering. The results obtained allow us to form a new direction of work with large arrays of scientific texts, associated with their clustering using NLP/NLA. Building clusters enables researchers to work with all texts in a given subject area, and not just with the most cited ones. This, in turn, provides the visibility of all scientific ideas, including those that have not gained popularity/notability.

Keywords

Mixed methods, scientific text, clustering, socio-humanitarian knowledge, natural language processing, natural language assessment, Ward method, artificial intelligence, structuralism, metaphor, actor theory

For citation

Kashina M.A., Tkach S. (2023) Sociology of values: experience of building a taxonomy by using natural language analysis technology, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 1, pp. 48–58. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-48-58

© Kashina M.A., Tkach S., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

В условиях лавинообразного роста научной информации в цифровизирующемся обществе с неизбежностью возникает вопрос об эффективных способах работы с ней. Ответ на этот вопрос можно найти, обратившись к новым для социологии методам, а именно, методам интеллектуального анализа текстов. Традиционная методология предполагает качественный анализ научных текстов. Цифровая методология – это количественный анализ с использованием методов машинной обработки информации. Такое решение лежит в основе четвертой технологической революции [Юдина, 2017]. В настоящее время разработано немало технологий анализа естественного языка [Young et al., 2018]. Однако задача автоматизации процессов научного анализа информации все еще не решена.

Традиционным подходом к анализу результатов научной деятельности является анализ содержания опубликованных трудов. Однако сегодня даже в сравнительно узкой тематической области их может оказаться очень много. В связи с этим исследователи стараются ограничиться анализом только ключевых работ, так или иначе конструируя понятие ключевой работы: либо через выделение некоего теоретического фронта науки, либо через обращение к наукометрическим методам. Каждый из подходов имеет свои ограничения: фронт науки предполагает глубокое понимание внутренней кухни исследуемой дисциплины, а наукометрические методы, как отмечают J.W. Schneider [2013] и Е.И. Кононенко [2021], нередко становятся предметом для спекуляций.

Среди первых попыток решить эту проблему можно назвать структуралистскую интервенцию в социологию науки, предпринятую во второй половине XX в. [Collyer, 2011]. Это решение заключалось в отказе от анализа собственно содержания в пользу анализа отношений авторов статьи и коллег, устройству университетов, освещению статьи в прессе и т.д. Среди значимых представителей этого направления можно назвать П. Бурдьё и его агентную теорию поля науки. В его оптике наука – это в первую очередь борьба за политическое преимущество и ресурсы [Bourdieu, 2020].

Попытку проанализировать науку, не обращаясь к ее содержанию, можно также найти в работах, посвященных концепции экспертности, например, в работах Н. Коллинса [Collins, Evans, 2007]. Он отмечает, что наука есть все, что признается наукой экспертным сообществом. Такая теоретическая уловка позволяет избежать непосредственного соприкосновения с корпусами

текстов, оставив для анализа только выводы ученых-экспертов о них. Но этот подход не позволяет оценить само содержание и качество экспертных выводов. Ж.-Ф. Лиотар в своей критике концепции экспертности говорит о том, что выводы ученых-экспертов могут строиться не только на самом содержании материала, но и через привлечение всего доступного им арсенала языковых игр: обмана, сокрытия правды, софистических приемов, шантажа и другого [Lyotard, 1997]. Это же прослеживается и, например, в работах С. Жижека о критике экспертности в современную эпоху [Žižek, Damià, 2020]. Проявлением этих тенденций является появление псевдонауки, фейковых исследований, различного рода «научных сенсаций».

Другой версией структурализма применительно к анализу науки выступает акторная теория Б. Латтура. Автор использует идею М. Вебера о методе как разграничительном рифе науки и не-науки: а именно, «наука разрабатывает методы мышления, рабочие инструменты и вырабатывает навыки обращения с ними» [Вебер, 1990, с. 729]. Исходя из этого, исследование метода (буквально совокупности действий ученого) должно составить предмет социологии науки. Б. Латтур идет в этом отношении дальше М. Вебера и предлагает понимать лабораторию науки как совокупность практик, осуществляемых людьми, приборами, роботами, компьютерными программами и прочим [Latour, 1987]. Решение проблемы приближения к содержательному анализу возрастающего массива научного знания может находиться в поиске тематических кластеров, которые можно рассматривать как научные синтагмы.

Современные методы обработки/анализа естественного языка (англ. natural language analysis, далее – NLA) позволяют эффективно справляться с задачами кластеризации текстов обыденной речи, что демонстрируется в их использовании для решения практических задач. Как отмечают М.А. Calambas и соавторы, такие методы показывают свою эффективность в анализе текстов судебных решений [Calambas et al., 2015]. В работе I.Ö. Arnarsson и коллег показано, как NLA оказывается эффективным при анализе текстовой инженерной документации [Arnarsson et al., 2021]. Способность обрабатывать большие массивы научного текста продемонстрирована, например, в работе В. Зиннатуллина и С. Коледина, которые использовали NLA и кластеризацию для анализа научной карьеры четырех профессоров: трех профессоров кафедры математики и одного – кафедры истории [Zinnatullin, Koledin, 2020].

Однако при обсуждении возможностей применять методы NLA к анализу научных текстов социо-гуманитарного знания следует упомянуть про трудности, которые могут возникнуть. В первую очередь, речь идет о понимании абстрактных метафор. Как отмечают G. Lakoff, и M. Johnson [Lakoff, Johnson, 1980] и M. Black [Black, 1955] научный язык практически всегда базируется на приеме метафоры. Явления обыденности осмысляются или понимаются через метафору теоретической модели во время концептуализации. Концептуализация же является неотъемлемой частью научного исследования.

Другой трудностью может стать сама структура научного языка. Научный язык является особой разновидностью дискурса. Как отмечает М. Фуко, текст никогда не заканчивается физическими границами книги или статьи, продолжаясь за ее пределами через ссылки, цитаты и т.д. [Foucault, 2002]. Научный текст в этом смысле особенно далеко заходит в своей связанности с внешними источниками, как отмечает S.P. McDonald, G.J. Kelly [2012].

Задача оценки использования NLA в социологии науки очень масштабна, наше исследование является скорее пилотным, позволяя при этом осветить важные аспекты рассматриваемой темы.

Целью статьи является описание ограничений и преимуществ метода кластеризации технологии анализа естественного языка в построении таксономии исследовательского поля на примере поля социологии ценностей. Цель реализована посредством решения следующих задач: описание метода и процедуры его применения в рамках исследования, описание результатов исследования (обнаруженных кластеров), их содержательный анализ с позиции выявления общих ограничений метода и его преимуществ в плоскости содержательного наполнения кластеров.

МЕТОДОЛОГИЯ И ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH METHOD AND DESIGN

Поскольку анализ всего социологического дискурса невозможно выполнить в рамках одного эмпирического исследования, необходимо было выбрать какую-то одну отрасль социологии, при этом она должна была входить в мейнстрим социологического знания и быть тематически разнообразной. Этим критериям отвечала социология ценностей. Под ценностью в социологии понимается «значимое для индивида, либо группы явление духовной культуры или предмет материальной культуры, воспринимаемые

субъектом оценки в качестве нормы, идеала, блага, пользы и выгоды» [Максименко, 2011]. Соответственно, социология ценностей – область социологической науки, предметом исследования в которой выступают ценности и их роль в социальной жизни. И сами ценности, и их роль в жизни общества трактуются весьма по-разному, исходя из теоретической парадигмы исследования, но в то же время все без исключения социологические теории включают в себя аксиологическую проблематику, что превращает социологию ценностей в мейнстрим социологии.

Исследование выполнено с использованием смешанных методов (англ. mixed methods) и состояло из двух этапов. Эмпирическим материалом стали аннотации научных статей как наиболее типичная (устоявшаяся) форма научного языка. На первом этапе с помощью количественного анализа решалась задача кластеризации естественного языка. Для этих целей использовались Python-библиотеки NLTK, SKLearn и SciPy. Среди апробированных методов иерархической кластеризации библиотеки SciPy наиболее релевантным выступил метод Ward. Одиннадцать из тридцати трех выделенных им кластеров мы включили в дальнейший анализ.

Далее перечислим критерии отбора кластеров. С одной стороны, задача описания исследовательской повестки требует соблюдения критерия полноты: необходимо охватить повестку целиком. С другой стороны, полнота получаемой информации может быть достигнута и с использованием методов выборочной репрезентации, к которым можно отнести метод основного массива – 50 % и более от всех работ. Мы выбрали размерность кластеров, которая позволила закрыть «основной массив». Это оказались кластеры, включавшие в себя от 4 до 7 работ. Второй этап исследования был качественным: тексты аннотаций прочитывались и выделялись их общие тематически и семантически черты.

Были поставлены следующие задачи. Представить с помощью методов NLA множество аннотаций статей по ценностям в виде набора четко очерченных кластеров. Проанализировать наиболее объемные кластеры с точки зрения их тематического наполнения и оценить уровень однородности тематики.

На первом этапе из общего массива высокорейтинговых научных журналов по социологии были отобраны журналы, в которых тематически в период с 2016 г. по 2020 г. могли бы быть размещены статьи по исследованию ценностей. Уровень журнала – 1-й квартиль Scopus. Таких журналов оказалось 25.

На втором этапе проводился отбор статей из этих журналов. Такой отбор с содержательной стороны являлся достаточно нетривиальной задачей, поскольку англоязычное слово *value* многозначно, и редко используется в значении «ценность» применительно к теме или теории исследования. То же справедливо и для выражения *value(s) of* и *value(s) in*. Поэтому необходимо было ввести дополнительные реперные точки, позволяющие идентифицировать статью как исследование ценностей. В качестве таких точек были использованы фамилии социологов, которые считаются классиками в исследовании ценностей и/или предложившими собственные подходы (теории) ценностей. Проведенный обзор литературы позволил определить авторов, чьи работы составляют современные методологические и литературные основания анализа ценностей. Ими оказались следующие ученые: F. Adler, G. Allport, H. Becker, R. Benedict, J. Blake, C. du Bois, W. Catton, R. Cochrane, L. Coleman, K. Davis, D. Fave, J. Gillin, J. Kahl, C. Kluckhohn, V. Lindsey, A. Marsh, K. Marx, C. Morris, G. Myrdal, T. Parsons, D. Riesman, A. Smith, H. Spencer, W. Thomas, R. Williams. Логично предположить, что авторы современных статей по ценностям так или иначе должны были упоминать эти фамилии в аннотациях своих работ. Результатом такого отбора стал список, включающий 121 статью (подробнее: [Кашина и др., 2021]), их аннотации и были подвергнуты машинному анализу.

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ / ANALYSIS OF RESULTS

На рисунке 1 представлено разбиение всего множества анализируемых аннотаций на кластеры. Кластеров с объемом более четырех статей оказалось 11:

- 1) технологии и неравенство;
- 2) методология/ капитализм;
- 3) метафора экологии;
- 4) ценности глобализма;
- 5) гендерные проблемы;
- 6) занятость и рынок труда;
- 7) культура и культурная политика;
- 8) семья и родительство;
- 9) молодежь и образование;
- 10) благополучие мигрантов;
- 11) здоровье мигрантов.

В кластер № 1 вошли четыре статьи. В кластеры №3, 5, 8, 9, 11 – по 5 статей. В № 6 – шесть статей. В кластеры № 2, 4, 7, 10 – по семь статей. Всего анализировались аннотации 63 научных статей из общего массива в 121 статью.

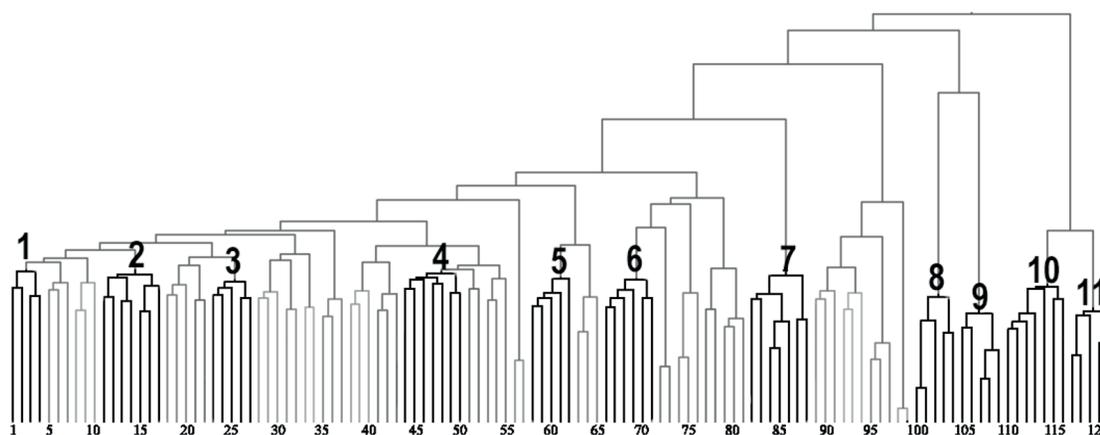
Наиболее однородным в тематическом отношении оказался кластер 8, посвященный проблемам

семьи, воспитания детей и родительства. Все статьи в нем так или иначе затрагивают эту тему, а именно, связь миграции и воспитания детей, ненадлежащее исполнение родительских обязанностей, гендерные особенности бременных домашних обязанностей в семьях с большим количеством недееспособных, проблема отцовства, в частности использование отпуска по уходу за детьми. В этом кластере представлены статьи из 4-х журналов, анализируется опыт Норвегии, Англии, Эквадора.

Тематически однороден и кластер 9, посвященный проблемам молодежи, а именно получению молодыми людьми образования и выбору ими жизненных траекторий, влиянию на это их представлений о своей будущей взрослой жизни, семейной принадлежности и т.д. Несколько особняком стоит статья об экономической отдаче от межрегиональной миграции молодежи в Китае, но решение переехать в другой регион – это тоже решение о своей жизненной пути и карьере. Три статьи этого кластера вышли в *Journal of Youth Studies*, а две – в *Sociological Research Online*. Здесь только одна статья имеет отсылку к страновой специфике.

Очень однороден кластер статей по гендерным проблемам (№ 5). Его особенность заключается в том, что все 5 статей являются национальными. Представлены Камбоджа, Италия, Великобритания и Танзания. Различия в странах в связи с гендерно-ролевыми установками и центральной ролью брака анализируются на опыте 24-х стран. Причем в статье про Великобританию рассматривается опыт китайских и корейских матерей, то есть представлено кросс-культурное исследование. Гендерные проблемы анализируются во всех сферах жизни общества: STEM-образование (англ. *science, technology, engineering and mathematics* – наука, технологии, инженерия и математика), гендерные квоты в бизнесе, семейные отношения, материнство и занятость, гендерные аспекты здоровья, а именно лечение кровоизлияния в связи с абортом и без него. Это единственный кластер, где политика журнала не оказывает влияния, потому что все пять статей опубликованы в пяти разных журналах

В анализируемом множестве аннотаций выделяются еще два очень сходных кластера по проблемам мигрантов 10-й и 11-й. Но в отличие от гендера здесь тематическое единство определяется политикой журнала: все статьи блока 11 опубликованы в одном журнале – *International Journal of Migration, Health and Social Care*. Их тематика связана со здоровьем мигрантов, причем в 3-х



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 1. Результат машинной кластеризации множества из 121 аннотации

Fig. The result of machine clustering of a set of 121 annotations

из них представлен опыт Канады. 10-й кластер более разнообразен. В нем есть статья, опубликованная в другом журнале (*Sociological Perspectives*) Сама тематика шире. Помимо барьера в доступе к услугам здравоохранения появляется тема причин смертности, отсутствия продовольственной безопасности, расовой дискриминации, поддержки контактов с друзьями и семьей в странах исхода, питания иммигрантов в домах престарелых, особенности отцовства в семьях мигрантов. Обобщая, эту тематику можно назвать «Благополучие мигрантов в принимающих странах». Речь идет о Бельгии, Австралии и Канаде. Отметим важный момент. Несмотря на то, что в обоих кластерах речь идет об исследованиях мигрантов, программа отделяет тему благополучия от темы здоровья, при этом в 11-м кластере ярче выражен гендерный аспект, которого в 10-м практически нет.

Достаточно однородным получился кластер 7, посвященный проблемам культуры. Как и в случае с исследованиями мигрантов здесь также присутствует заметное влияние политики журнала. Из семи статей пять опубликованы в *International Journal of Cultural Policy* и две – в *International Journal of Sociology and Social Policy*. В двух статьях акцентируется национальная культурная повестка – городские легенды в Мексике и культурная политика в Квебеке, есть статья по географическому региону – развитие третьего сектора в Европе.

6-й кластер посвящен проблемам занятости, в том числе мотивации к работе. В целом он однороден: четыре из шести статей опубликованы в профильном журнале *Journal of Leadership and Organizational Studies*, одна – в *Work, Employment and*

Society, и одна в *Psychology, Society and Education*. Рассматриваются роли soft-skills (с англ. – «мягкие навыки»), проблемы лояльности работников в транснациональных компаниях, мотивации через обогащение труда, молодых «синих воротничков» и другое.

Кластер № 3 можно назвать «ценности глобализации». Интересно отметить, что, в отличие от кластера по экологии, он, как и кластер по гендерным проблемам, абсолютно неоднороден по составу журналов. Все четыре вошедшие в него статьи опубликованы в разных журналах. Стараясь реконструировать логику выделения этого кластера, к которой обращалась модель, мы можем отметить общие термины/категории, которые используют авторы работ. Первая из них (автор F. Haskaj) рассматривает в рамках парадигмы некроэкономики современную глобальную экономическую политику. Важно отметить, что в таком исследовательском вопросе есть две точки опоры: собственно, некроэкономика и взгляд на проблему в глобальном контексте. Некроэкономика – это обоснование экономической выгоды смерти, в том числе геноцида. Вторая работа (автор S. Perkiss) посвящена приложению теории текучего мира З. Баумана к глобальной картине мира. Здесь можно выделить такие же две опоры для исследовательского вопроса: концепция текучего мира (современности) и концепция глобализма. Третья работа (N.X.M. Tadiar) интереснее. Автор обращается к проблеме мегагородов, разрастающихся мегаполисов. Однако ключевым критерием для включения становится снова контекст для рассмотрения городов. Автор использует термин

«Global South» (Глобальный Юг). С одной стороны, прочтение может быть тривиальным и буквальным: Южное полушарие. Однако, как видно далее, речь идет о секторе в глобальном мире. Об этом свидетельствует, например, более позднее обращение к «движениям глобальной политической городской жизни» (англ. *movements of globopolitical urban life*). Перед нами опять концептуализация проблемы с позиции ее глобального контекста. Четвертая и пятая работы более прямо соотносятся с ценностями глобализма: в первой (B. Gorman) речь про политический язык демократии в глобальной политике, вторая (D. Vandegrift) посвящена взрослению молодежи в Российской Федерации и роли тренда глобализации в этом процессе.

Нам осталось рассмотреть кластеры № 1, 2, 4. В отличие от предыдущих кластеров определить их общее тематическое поле заметно сложнее. Кластер 1 вообще выглядят как хаотичный набор тем. В него вошли статьи о филиппинской идентичности на Гавайях, о влиянии инноваций и лидерства на эффективность технологической диверсификации, о проблемах вспомогательных репродуктивных технологий и о роли меритократических ценностей в социальной мобильности в Чили. В некотором приближении можно обозначить две темы этого кластера: технологии и неравенство. Однако эти темы не будут объединяющими для всех статей: технологии для первой (Y.-C. Huang и др.) и второй статьи (E. Blyth и др.) кластера, а неравенство – для третьей (D.V. Eisen) и четвертой (M. Fercovic). Понятно, что все эти статьи, имея столь разную тематику, вышли в разных журналах. Тем не менее программа нашла близость используемого языка в их аннотациях достаточной, чтобы объединить их в один кластер. Существует ли такая смысловая связь на самом деле, или это проблемы метафоричности научного языка, о которых мы писали в литературном обзоре, требует отдельного исследования.

Более очевидные взаимосвязи прослеживаются в 4-м кластере, статьи в котором так или иначе посвящены экологической проблематике. Хотя здесь тоже есть ряд статей, которые, судя по названию, смотрятся в разделе по классической экологии достаточно неожиданно. Например, «Социальный анализ элитной группировки: пример Формулы-1» (англ. *Social Analysis of an Elite Constellation: The Case of Formula 1*). Сама статья посвящена формированию новых видов элит, но использование авторами экологических метафор привело к тому, что она попала в кластер по экологии. При этом 5 статей

из 7 опубликованы в одном журнале – *Theory, Culture and Society*, в нем же опубликована и статья про гонщиков Формулы-1 как представителей новой элиты. А это явно не журнал по экологическим проблемам, когда рассматривается связь человека и природы. Обобщая, можно сказать, что в одном кластере оказались работы по воздействию человека на природу, политике и религии.

Считать ли это ошибкой программы или новым видением экологии в социологии – вопрос, требующий размышлений. В любом случае можно утверждать, что вряд ли бы эти статьи при традиционном анализе были объединены в одну группу, исходя просто из их названий. Можно попробовать воспроизвести логику, в соответствии с которой они были выделены в единый кластер. Все статьи обращаются к допущению о существовании властных отношений и иерархии, которая на их основе выстраивается. Это и теория элит в Формуле-1, и политические элиты Калифорнии и их власть над подземными водами, и городская элита, обращающаяся к практикам *amoral familism* (с англ. – аморальное семейничество), и *fashion-элита* в Кувейте, а также три статьи, посвященных выстраиванию иерархических макротеорий. Кроме того, авторы активно обращаются к естественно-научным метафорам в текстах: уже упоминавшаяся выше экология, Антропоцен, теории габитуса. Экологическая терминология оказывается омонимичной для разных теорий и подходов. Например, биогеоценоз используется и бурдианской традиции и у Б. Латура.

В заключение обсудим самый сложный кластер 2. В таблице 1 представлены названия статей, которые в него вошли, и журналов, где они были опубликованы.

Таблица. Перечень статей, вошедших в кластер 2

Table. List of articles included in cluster 2

Название статьи (перевод на русский язык)	Название журнала (перевод на русский язык)
The case of Black Millennials (Кейс телешоу Black Millennials)	Sociological Perspectives (Социологические перспективы)
Making things possible (Делая вещи возможными)	Sociological Methods and Research (Социологические методы и исследования)
On guilt and the depoliticization of downsizing practices (О вине и деполитизации практики сокращения штатов)	International Journal of Sociology and Social Policy (Международный журнал социологии и социальной политики)

Окончание табл.

Название статьи (перевод на русский язык)	Название журнала (перевод на русский язык)
Abandon canon in American sociology (Отказ от канона в американской социологии)	International Journal of Sociology and Social Policy (Международный журнал социологии и социальной политики)
Religion and social class: Theory and method after Bourdieu (Религия и социальный класс: теория и метод по Бурдьё)	Sociological Research Online (Социологические исследования онлайн)
Sense of belonging as an indicator of social capital (Чувство принадлежности как показатель социального капитала)	International Journal of Sociology and Social Policy (Международный журнал социологии и социальной политики)
Pharmaceutical capitalism and its logistics: access to Hepatitis C treatment (Фармацевтический капитализм и его логистика: доступ к лечению гепатита С)	Theory, Culture and Society (Теория, культура и общество)

Составлено авторами по материалам исследования /
Compiled by the authors on the materials of the study

Пять статей этого кластера так или иначе можно отнести к рубрике методологии для исследования ценностей, однако в нее никак не вписываются статьи про вину при сокращении персонала и о фармацевтическом капитализме, которые можно было бы отнести к капиталистическим ценностям. Другими словами, здесь, как и в случае с кластером 1, мы можем зафиксировать неудачу в выделении кластера с помощью машинный технологий обработки/анализа естественного языка.

ДИСКУССИЯ / DISCUSSION

Полученные в ходе исследования результаты, в целом, согласуются с более ранними работами, посвященными NLA. В частности, в работе R. Tao и соавторов [Tao et al., 2021] или в более ранней работе E. Shutova и коллег [Shutova et al., 2016] показано, что проблема понимания метафор в естественном языке является актуальной проблемой интерпретации данных. При решении задачи кластеризации речь идет о совмещении метафорического и буквального употребления терминов. Ярким примером является «экология» как состояние окружающей среды и как метафора для описания социальной реальности.

Отрицать значимость и актуальность проблематики повестки ценностей экологии сложно – это популярная, объемная тема. Одновременно с этим S. Liu и M. Emirbayer [2016] отмечают, что в социальной теории последних лет наблюдается экологическая экспансия: общества начинают пониматься в категориях экосистем.

В социологии науки есть множество исследований, описывающих инструменты регулирования работы ученых со стороны сообщества, к которому они принадлежат. Можно отметить работы Д.В. Александрова [1998] о влиянии научных школ на работу ученых; Р. Мертона о власти авторитета научного руководителя в коллективе или власти учебного заведения [Merton, 1979]. Однако в таких объяснениях объем анализируемой институции очень ограничен: у научной школы речь идет о двух-трех поколениях научных коллективов, у института – о нескольких десятках работников администрации и десятке-другом коллег-ученых. Остальные группы же еще меньше. Методы NLA, как показывает настоящая статья, позволяют расширить границы анализа для целой тематической области, которой занимаются ученые не только разных локальных коллективов, но и разных университетов и стран, поскольку здесь уже нет ограничений, связанных с объемом анализируемого материала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Проведенный выше анализ результатов исследования позволяет сделать ряд выводов.

1. Наблюдается заметное пересечение кластеров, выделяемых традиционными методами, и кластеров, выделенных машинной программой. В частности, в сравнении с выделяемыми тематическими группами в программной статье J.L. Spates об истории развития социологии ценностей в XIX-XX вв. (труд, образование, политика, гражданственность и прочее) [Spates, 1983] появляются и новые темы, например, здоровье мигрантов, устойчивое развитие, прямое и метафорическое употребление термина «экология».

2. NLA позволяет привязывать, объединять в кластеры статьи, которые из-за метафор, использованных в названиях, могут выпасть из поля зрения исследователей. Возможно, их можно рассматривать в качестве точек роста или предвестников появления новых исследовательских полей.

3. Косвенной верификацией эффективности машинной программы выступает то, что в большинстве случаев выделенные кластеры совпали с профильными журналами. Яркий пример – тематика мигрантов и культурная политика.

Следует принять во внимание следующие ограничения исследования.

1. Характер эмпирического материала. Кластеризации подвергались только тексты аннотаций, результаты, полученные авторами статей, никак не анализировались.

2. Объектом анализа выступает только социологическое знание. Насколько применима предлагаемая технология к анализу естественно-научного знания – вопрос, требующий специального изучения.

3. Ограниченность анализируемой тематики. В анализ включены лишь тексты, посвященные исследованию ценностей. Будут ли получены аналогичные результаты на иных по тематике текстах, требует дополнительной проверки.

4. Методика выборки. Данная методика является авторской, она разработана специально для анализа крайне неоднородного и обширного проблемного поля исследования ценностей. В частности, были выбраны работы, в аннотациях которых есть отсылки к авторам, которые писали ключевые работы в рамках четырех констелляций научных школ: социальный статус, идеалы, экономическая теория, антропологическая

теория (англ. social status, ideal views, economic theory, antropological theory). Критерии выборки могли быть и другими, например, страновыми или языковыми.

5. Способность к интерпретации текстов аннотаций опирается на собственные социологические знания и компетенции исследователей. Поэтому нельзя исключить ситуации, когда нами были неверно поняты мысли, которые авторы статей хотели донести до своих читателей. Тем более что аннотации, к сожалению, не всегда аутентично передают содержание самих статей.

Проведенное пилотное исследование позволяет обозначить контуры нового направления работы с большими массивами социологических научных текстов, связанное с их кластеризацией с помощью NLA. Построение кластеров дает возможность исследователям изучать все тексты данной тематической области, а не только самые цитируемые. Это, в свою очередь, обеспечивает видимость всех научных идей, в том числе не получивших популярности/известности. Тем самым можно выделить возможные точки роста и новые направления исследований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Александров Д.А.* (1998). Научные школы как социальные сети // Академические научные школы Санкт-Петербурга. К 275-летию Академии наук. СПб.: СПбНЦ РАН. С. 11–18.
- Вебер М.* (1990). Избранные произведения. Пер.с нем., общ. ред. Давыдов Ю.Н. М.: Прогресс. 808 с.
- Кашина М.А., Ляшко С.В., Ткач С.* (2021). Актуальная повестка исследования ценностей в зарубежной социологии: тематика, теории, методологии // Управленческое консультирование. №10. С. 62–82. <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-10-62-82>
- Конonenko Е.И.* (2021). Еще раз о симуляции научной деятельности в гуманитарных дисциплинах // Вестник Санкт-Петербургского университета. Искусствоведение. Т. 11, № 2. С. 327–349. <https://doi.org/10.21638/spbu15.2021.209>
- Максименко А.А.* (2011). Социологическая интерпретация понятия «ценность» // Вестник Костромского государственного университета. Т. 17, № 2. С. 284–291.
- Юдина М.А.* (2017). Индустрия 4.0: перспективы и вызовы для общества // Государственное управление. Электронный вестник. № 60. С. 197–215.
- Arnarsson I.Ö., Frost O., Gustavsson E., Jirstrand M., Malmqvist J.* (2021). Natural language processing methods for knowledge management – Applying document clustering for fast search and grouping of engineering documents // Concurrent Engineering Research and Applications. V. 29, no. 2. Pp. 142–152. <https://doi.org/10.1177/1063293X20982973>
- Black M.* (1955). Metaphor. Proceedings of the Aristotelian Society // New Series. V. 55. Pp. 273–29.
- Bourdieu P.* (2020). Habitus and Field: General Sociology. V. 2 (1982–1983). NJ: Wiley. 446 p.
- Calambas M.A., Ordonez A., Chacon A., Ordonez H.* (2015). Judicial precedents search supported by natural language processing and clustering // 10th Colombian Computing Conference, 10CCC (2015). Art. no. 7333448. Pp. 372–377. <https://doi.org/10.1109/ColumbianCC.2015.7333448>
- Collins H., Evans R.* (2007). Rethinking expertise. University Chicago: Chicago Press. 159 p.
- Collyer F.* (2011). Reflexivity and the sociology of science and technology: The invention of “Eryc” the antibiotic // Qualitative Report. V. 16, no. 2. Pp. 316–340.
- Foucault M.* (2002). Archaeology of knowledge. London New York: Routledge. 256 p.

- Lakoff G., Johnson M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press. 242 p.
- Latour B. (1987). *Science in action: how to follow scientists and engineers through society*. Cambridge: Harvard University Press. Print.
- Liu S., Emirbayer M. (2016). Field and ecology // *Sociological Theory*. V. 34, no. 1. Pp. 62–79.
- Lyotard J.F. (1997). *The postmodern condition*. Minnesota: University of Minnesota. 144 p.
- McDonald S.P., Kelly G.J. (2012). “Beyond argumentation: Sense-making discourse in the science classroom” // *Perspectives on Scientific Argumentation: Theory, Practice and Research*. V. 9789400724709. Pp. 265–281. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2470-9_13
- Merton R.K. (1979). *The Normative Structure of Science // The Sociology of Science: Theoretical and Empirical Investigations*. Chicago: University of Chicago Press. 636 p.
- Schneider J.W. (2013). Caveats for using statistical significance tests in research assessments // *Journal of Informetrics*. V. 7, no. 1. Pp. 50–62.
- Shutova E., Kiela D., Maillard J. (2016). “Black holes and white rabbits: Metaphor identification with visual features” // 2016 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies, NAACL HLT 2016 – Proceedings of the Conference. Pp. 160–170. <http://dx.doi.org/10.18653/v1/N16-1020>
- Spates James L. (1983). The sociology of values // *Annual Review of Sociology*. V. 9. Pp. 27–49.
- Tao R., Wei Y., Yang T. (2021). Metaphor analysis method based on latent semantic analysis // *Journal of Donghua University (English Edition)*. V. 38, no. 1. Pp. 83–90. [http://dx.doi.org/10.1016/S1532-0464\(02\)00004-7](http://dx.doi.org/10.1016/S1532-0464(02)00004-7)
- Young T., Hazarika D., Poria S., Cambria E. (2018). Recent trends in deep learning based natural language processing [Review Article] // *IEEE Computational Intelligence Magazine*. V. 13, no. 3. Art. no. 8416973. Pp. 55–75. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1708.02709>
- Zinnatullin V., Koledin S. (2020). Analysis of scientists work directions based on natural language processing and clustering // *CEUR Workshop Proceedings*. No. 2667. Pp. 57–61.
- Žižek S., Damà A. (2020). Пандемия: Covid-19 сотрясает мир [Pandemia: la covid-19 estremece al mundo]. Barcelona: Editorial Anagrama. 120 p. (Исп. яз.).

REFERENCES

- Alexandrov D.A. (1998), “Scientific schools as social networks” [“Nauchnye shkoly kak sotsial’nye seti”], *Academic scientific schools of St. Petersburg. To the 275th anniversary of the Academy of Sciences*, St. Petersburg Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russia, pp. 11–18 (in Russian).
- Arnarsson I.Ö., Frost O., Gustavsson E., Jirstrand M., Malmqvist J. (2021), “Natural language processing methods for knowledge management – Applying document clustering for fast search and grouping of engineering documents”, *Concurrent Engineering Research and Applications*, vol. 29, no. 2, pp. 142–152, <https://doi.org/10.1177/1063293X20982973>
- Black M. (1955), “Metaphor. Proceedings of the Aristotelian Society”, *New Series*, vol. 55, pp. 273–29.
- Bourdieu P. (2020), *Habitus and Field: General Sociology, volume 2 (1982–1983)*, Wiley, NJ, USA.
- Calambas M.A., Ordonez A., Chacon A., Ordonez H. (2015), “Judicial precedents search supported by natural language processing and clustering”, *10th Colombian Computing Conference, 10CCC (2015)*, art. no. 7333448, pp. 372–377, <https://doi.org/10.1109/ColumbianCC.2015.7333448>
- Collins H., Evans R. (2007), *Rethinking expertise*, University of Chicago Press, Chicago, US.
- Collyer F. (2011), “Reflexivity and the sociology of science and technology: The invention of ‘Eryc’ the antibiotic”, *Qualitative Report*, vol. 16, no. 2, pp. 316–340.
- Foucault M. (2002), *Archaeology of knowledge*, Routledge, London, New York.
- Kashina M.A., Lyashko S.V., Tkach S. (2021), “Topical agenda for the study of values in foreign sociology: topics, theories, methodologies”, *Administrative Consulting*, no. 10, pp. 62–82, <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-10-62-82> (in Russian).
- Kononenko, E.I. (2021), “Once again about simulation of scientific activity in the humanities”, *Vestnik of Saint Petersburg University. Arts*, vol. 11, no. 2, pp. 327–349, <https://doi.org/10.21638/spbu15.2021.209> (in Russian).
- Lakoff G., Johnson M. (1980), *Metaphors we live by*, University of Chicago Press, Chicago, US.
- Latour B. (1987), *Science in action: how to follow scientists and engineers through society*, Harvard University Press, Cambridge, Mass., US.
- Liu S., Emirbayer M. (2016), “Field and ecology”, *Sociological Theory*, vol. 34, no. 1, pp. 62–79.
- Lyotard J. F. (1997), *The postmodern condition*, University of Minnesota, Minnesota, US.
- Maksimenko A.A. (2011), “Sociological interpretation of ‘value’ concept” [“Sotsiologicheskaya interpretatsiya ponyatiya ‘Tsennost’”], *Vestnik of Kostroma State University*, vol. 17, no. 2, pp. 284–291 (in Russian).

- McDonald S.P., Kelly G.J. (2012), “Beyond argumentation: Sense-making discourse in the science classroom”, *Perspectives on Scientific Argumentation: Theory, Practice and Research*, vol. 9789400724709, pp. 265–281, https://doi.org/10.1007/978-94-007-2470-9_13
- Merton R.K. (1979), “The Normative Structure of Science”, In: *The Sociology of Science: Theoretical and Empirical Investigations*, University of Chicago Press, Chicago, US.
- Schneider J.W. (2013), “Caveats for using statistical significance tests in research assessments”, *Journal of Informetrics*, vol. 7, no. 1, pp. 50–62.
- Shutova E., Kiela D., Maillard J. (2016), “Black holes and white rabbits: Metaphor identification with visual features”, *2016 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies, NAACL HLT 2016 – Proceedings of the Conference*, pp. 160–170, <http://dx.doi.org/10.18653/v1/N16-1020>
- Spates James L. (1983), “The sociology of values”, *Annual Review of Sociology*, vol. 9, pp. 27–49.
- Tao R., Wei Y., Yang T. (2021), “Metaphor analysis method based on latent semantic analysis”, *Journal of Donghua University (English Edition)*, vol. 38, no. 1, pp. 83–90, [http://dx.doi.org/10.1016/S1532-0464\(02\)00004-7](http://dx.doi.org/10.1016/S1532-0464(02)00004-7)
- Weber M. (1990), *Selected works [Izbrannye proizvedeniya]*, Trans. from Germ. and Ed. Davydov Yu.N. Progress, Moscow, Russia (in Russian).
- Young T., Hazarika D., Poria S., Cambria E. (2018). “Recent trends in deep learning based natural language processing” [Review Article], *IEEE Computational Intelligence Magazine*, vol. 13, no. 3, art. no. 8416973, pp. 55–75, <https://doi.org/10.48550/arXiv.1708.02709>
- Yudina M.A. (2017), “Industry 4.0: prospects and challenges for Society” [“Industriya 4.0: perspektivy i vyzovy dlya obshchestva”], *Public Administration. E-journal (Russia)*, no. 60, pp. 197–215 (in Russian).
- Zinnatullin V., Koledin S. (2020), “Analysis of scientists work directions based on natural language processing and clustering”, *CEUR Workshop Proceedings*, no. 2667, pp. 57–61.
- Žižek S., Damià A. (2020), *Pandemic: covid-19 shakes the world [Pandemia: la covid-19 estremece al mundo]*, Editorial Anagrama, Barcelona (in Spanish).

Мошенничество в цифровом обществе в условиях социальных изменений

УДК 316.422.44 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-1-59-71

Получено 27.02.2023

Доработано после рецензирования 21.03.2023

Принято 29.03.2023

Сергеев Артем Юрьевич

Канд. техн. наук, магистрант

ORCID: 0000-0003-3251-4770

E-mail: 6feeling5element@mail.ru

Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской
Федерации, г. Москва, Российская Федерация

Широкова Олеся Вадимовна

Канд. социол. наук, доц. каф. организационного
проектирования систем управления

ORCID: 0000-0001-6984-6627

E-mail: ov.shirokova@igsu.ru

Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской
Федерации, г. Москва, Российская Федерация

АННОТАЦИЯ

В статье проанализированы проблемы мошенничества в современном цифровом обществе в условиях социальных изменений, вызванных как пандемией COVID-19, так и сложившейся геополитической ситуацией. Подробно изучены виды финансового мошенничества в данной области. Особое внимание уделено видам цифрового мошенничества: телефонному мошенничеству и IP-телефонии, СМС-мошенничеству, фишингу (от англ. fishing – «рыбная ловля, выуживание»), снифферингу (от англ. to sniff – «нюхать» – перехват сообщений), скиммингу (от англ. to skim – «бегло прочитывать», «скользить» – кража данных карты), которые связаны с появлением криптовалют. В работе приведены данные авторского социологического исследования, проведенного методом анкетного интернет-опроса (n = 765). Исследование показало, что только 44 % респондентов информированы о видах мошенничества в достаточной степени, чтобы

защититься от современных интернет-злоумышленников. Анализ данных по некоторым видам цифрового мошенничества показал, что 20 % респондентов теряли деньги из-за телефонного или интернет-мошенничества, 16 % респондентов лично сталкивались с IP-телефонией, а 40 % – не имеют представления о таком виде мошенничества, как снифферинг и существующих антивирусных способах защиты от него. Исследование показало также уязвимость, в первую очередь, мужской половины населения старше 40 лет в области интернет-мошенничества. Поэтому органам государственной власти совместно со средствами массовой информации, бизнесом и другими акторами российского социума необходимо усилить проводимую политику в области повышения уровня финансовой и цифровой грамотности населения.

Ключевые слова

Интернет-мошенничество, цифровое мошенничество, киберпреступность, социальные изменения, цифровое общество, цифровой риск, телефонное мошенничество, СМС-мошенничество, фишинг, снифферинг, скимминг, защита информации, финансовая грамотность, цифровая грамотность

Для цитирования

Сергеев А.Ю., Широкова О.В. Мошенничество в цифровом обществе в условиях социальных изменений // Цифровая социология. 2023. Т. 6, № 1. С. 59–71.

© Сергеев А.Ю., Широкова О.В., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Fraud in a digital society in the context of social change

Received 27.02.2023

Revised 21.03.2023

Accepted 29.03.2023

Artem Yu. Sergeev

Cand. Sci. (Engr.), Graduate Student

ORCID: 0000-0003-3251-4770

E-mail: 6feeling5element@mail.ru

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

Olesya V. Shirokova

Cand. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. at the Organizational Design of Control Systems Department

ORCID: 0000-0001-6984-6627

E-mail: ov.shirokova@igsu.ru

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article analyzes the problems of fraud in the modern digital society in the context of social changes caused by both the COVID-19 pandemic and the current geopolitical situation. The authors study in detail the types of financial fraud in this area. They pay special attention to the types of digital fraud: telephone fraud and IP-telephony, SMS fraud, phishing, sniffing (message interception), skimming (theft of card data), which are associated with the emergence of cryptocurrencies. The article presents the data of the authors' sociological research conducted by the method of an online questionnaire survey (n = 765). The study showed that only 44 % of respondents are sufficiently informed about the types of fraud to protect themselves from

modern internet scammers. An analysis of data on certain types of digital fraud showed that 20 % of respondents lost money due to telephone or Internet fraud, 16 % of respondents personally encountered IP telephony, and 40 % have no idea about such a type of fraud as sniffing and existing anti-virus protection against it. The research also showed the vulnerability, first of all, of the male half of the population over 40 years of age in the field of internet fraud. Therefore, public authorities, together with the media, business and other actors of Russian society, need to strengthen the policy in the field of improving the level of financial and digital literacy of the population.

Keywords

Internet fraud, digital fraud, cybercrime, social change, digital society, digital risk, telephone fraud, sms fraud, phishing, sniffing, skimming, information protection, financial literacy, digital literacy

For citation

Sergeev A.Yu., Shirokova O.V. (2023) Fraud in a digital society in the context of social change, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 1, pp. 59-71. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-59-71

© Sergeev A.Yu., Shirokova O.V., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Распространение глобальной веб-паутины – сети «Интернет» (далее – Интернет), открыло путь к серьезным изменениям. С появлением социальных сетей общение из реальной жизни стало перетекать в онлайн, появился и был введен в научный оборот термин «цифровизация», а сам процесс прочно вошел в жизнь социума, меняя отношения, уклад жизни и влияя на развитие человека и общества с еще большей силой, чем ранее [Василенко, Мещерякова 2021]. В частности, Л. Василенко и Н. Мещерякова акцентируют внимание на двух противоположно направленных тенденциях развития цифрового общества: от суперумного общества 5.0 до высоко рискогенного, порождающего многочисленные форматы поведения, разрушающие устоявшиеся форматы социальности.

С каждым годом Интернет продуцирует новые возможности для мошенников, позволяя им совершать противозаконные действия онлайн и оставаться почти незамеченными. Мошенничество в Интернете распространяется по всем каналам взаимодействия пользователей: социальные сети, форумы, маркетплейсы и т.д.

Мошенничество и неправомерное использование компьютеров распространено во многих странах. Например, в Великобритании более 60 % случаев мошенничества происходит с помощью мобильных устройств [Manivannan, Moorthy, 2020]. В Саудовской Аравии, по оценкам, ежегодно теряется 16 млрд саудовских риалов из-за коммерческого мошенничества, значительная часть которого совершается в электронном виде. Эта страна входит в первую двадцатку стран, наиболее пострадавших от электронного мошенничества [Baz et al., 2017]. В Нигерии электронное банковское мошенничество (англ. e-fraud) при переходе к экономике безналичных расчетов стало одним из самых распространенных правонарушений [Tade, Adeniyi, 2020]. В 2019 г. убытки от глобального мошенничества составили 27 млрд долл. США [Wickramanayake et al., 2020]. Таким образом, по своей сути, человек может постоянно сталкиваться с мошенниками и стать их легкой добычей, даже не подозревая этого.

Нас как исследователей интересует такой малоизученный аспект этих правонарушений, как цифровое мошенничество, его типологизация, виды, формы, анализ и направления, по которым наблюдается наибольшее количество пострадавших. Более того, в условиях актуальных социальных изменений, связанных со сложившейся геополитической ситуацией, признаками

которой являются милитаризация киберпространства, сворачивание международного сотрудничества, усиливающийся кризис доверия и информационные войны, проблема мошенничества с использованием «больших данных» стала еще более актуальной.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ / PROBLEM STATEMENT

Предпосылкой возникновения такого явления, как цифровое мошенничество, является, с одной стороны, всеобщая цифровизация в условиях нового гендерного порядка и транзитивной экономики, а с другой стороны – низкий уровень компьютерной и финансовой грамотности. Финансовая грамотность без понимания сути развития цифрового общества не дает возможности эффективно ставить и решать многие задачи.

На сегодняшний день сложилась уникальная ситуация, когда цифровизация стремительно распространяется. Это связано с тем, что в начале 2020 г. общество столкнулось с новым вызовом, которым стала пандемия коронавируса COVID-19. По прошествии последних двух лет можно утверждать, что люди сегодня гораздо больше погружены в Интернет, чем когда-либо. Последствия пандемии отразилась не только на обычных пользователях, но и на бизнесе. Сегодня бизнес переживает под онлайн-формат, появляется все больше маркетплейсов и экосистем, которые позволяют удовлетворять потребности потребителя при помощи двух кликов на телефоне. Тем не менее наряду с положительными сторонами развития бизнеса: оптимизацией, удобством и доступностью, открылись новые пути и возможности для преступности.

С другой стороны, текущие геополитические волнения не только способствуют увеличению известных киберугроз, затрагивающих бизнес-сферу, но и влекут другие непредсказуемые риски, которые могут привести к достаточно серьезным последствиям. Экономические проблемы, обусловленные ростом цен, инфляцией, санкциями и другими причинами, в дальнейшем могут привести к росту уровня бедности среди населения и, соответственно, уровня преступности (в том числе киберпреступности). В данной статье будут рассмотрены такие последствия пандемии, которые на фоне снижения реальных доходов населения, стремительного увеличения разрыва между доходами и расходами, обеспечили рост преступлений (мошенничества) в финансовом секторе страны.

Всеобщая цифровизация заключается в росте финансовых операций; множестве цифровых

инструментов обработки финансовой информации, в том числе и в удаленном формате. Такие процессы введут к низкому уровню финансовой грамотности среди населения. И этот вопрос тесно связан с первичной и вторичной социализацией, которые в силу столкновения двух противоположных тенденций порождают неопределенность [Василенко, 2018]: одна тенденция обусловлена феноменом спонтанной социализации Ф. Фукуямы – стихийным неуправляемым нарушением правил и норм социума, а вторая вызвана стремлением стабилизировать порядок, закрепленный в стремительно стареющих социальных институтах, уже не адекватных цифровому обществу. Процессу эволюционного развития препятствует, по мнению Ф. Фукуямы, традиционная социализированность [Fukuyama 1995]. А социальные изменения нарастают существенно. Так, например, преступники могут получать информацию о финансах через ребенка, которому многие родители доверяют самостоятельно пользоваться смартфоном или планшетом с предельно раннего возраста.

В период массовой цифровизации возникает потребность в изменении механизмов саморегуляции и форм социального контроля. Согласно М. Фуко, в прошлые эволюционные периоды развития мы наблюдали «общество наказания» с характерными для него формами социального контроля, то есть преступления карались публично и жестоко [Фуко 1999]. Современное общество, смещает акцент с жестокого наказания на вторичную социализацию, на воспитание, осознание своих ошибок [Фуко 1999, с. 15], «охватывая не только тело, но чувства, мысли и поступки человека» [Фуко 1999, с. 63]. В цифровом обществе начинают сбываться тенденции, предсказанные в конце XX в. французским ученым Ж. Делезом о приближении к «обществу контроля» и «мгновенной коммуникации» [Делез, 2004, с. 222–223].

Цифровая социализация предполагает формирование компьютерной грамотности индивидов и населения, освоение ими «цифровой среды». Это стало значимым вызовом для социализации подрастающих поколений, определяющих конкурентные преимущества как отдельных индивидов и организаций, так и целых стран, их перспективы в современных условиях.

Но новые формы контроля, адекватные цифровому обществу, пока не сложились из-за отсутствия цифровых социальных институтов [Василенко, Мещерякова 2021]. Разумеется, цифровая социализация предполагает не только привитие компьютерной грамотности, но и формирование

«цифровой среды» с компьютерными технологиями и форматами цифрового контроля. Последние начинают формироваться постепенно. Так, в рамках мероприятий по реализации государственной программы «Информационное общество» выделяются весьма большие финансовые средства и другие ресурсы¹. В феврале 2020 г. Министерство внутренних дел Российской Федерации сообщило, что в структуре ведомства появились подразделения по борьбе с киберпреступлениями². Ранее такие подразделения создали в Следственном комитете Российской Федерации. Но несмотря на это, уровень мошенничества по-прежнему остается высоким. Злоумышленники пока опережают действия органов власти. Это явление требует более тщательного анализа.

ЦЕЛЬ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / PURPOSE AND METHODS

В ходе исследования была поставлена задача провести социально-демографический срез, выявить, по отношению к каким категориям населения чаще всего применяется цифровое мошенничество, какова половозрастная структура пострадавших, иными словами, кто чаще становится жертвами цифрового и интернет-мошенничества: женщины или мужчины; к какой категории они относятся, каков их возраст и уровень образования; есть ли зависимость распространения цифрового мошенничества от норм нового гендерного порядка в условиях цифровизации, и по каким вопросам гендерные различия стираются, а по каким сохраняются и почему.

Настоящая тема чрезвычайно мало исследована на теоретическом уровне. Мировое и национальное законодательство о киберпреступности и ИТ-мошенничестве все еще находится в зачаточном состоянии и требует надежной основы. Тем не менее рост негативных последствий интернет-мошенничества по всему миру стимулировал научные исследования по этому вопросу.

В частности, в 1953 г. Д.Р. Кресси опубликовал концепцию «треугольника мошенничества» (англ. Fraud triangle theory) [Cressey, 1954]. В на основании данной теории Л. Коэном и М. Фелсоном

¹ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Приказ от 29.04.2016 № 183 (ред. от 14.06.2016) «О включении сведений о программном обеспечении в единый реестр российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных». Режим доступа: https://digital.gov.ru/ru/documents/5015/?utm_referrer=https%3a%2f%2fyandex.ru%2f (дата обращения: 18.02.2023).

² РИА Новости (Пятница 7 февраля 2020). В МВД создали подразделения по борьбе с киберпреступлениями. Режим доступа: <https://ria.ru/20200207/1564386506.html> (дата обращения: 18.02.2023).

в 1979 г. была выдвинута теория рутинных действий, согласно которой для совершения мошеннических преступлений, в том числе с использованием сети «Интернет», в одном и том же месте и в одно и то же время должны быть: 1) «подходящие цели» (наивные и доверчивые клиенты банков, банки, интернет-банкинг, электронные деньги, банковские чеки и дебетовые карты); 2) «мотивированные» правонарушители (низкооплачиваемый банковский персонал, жадные банковские сотрудники и клиенты, безработные выпускники и т.д.); 3) отсутствие эффективных мер защиты (слабая кибербезопасность, слабый внутренний контроль доступа и санкции, то есть отсутствие физических и электронных мер безопасности) [Cohen, Felson, 1979].

Американский исследователь Д.Б. Паркер, родоначальник научных теорий в сфере «киберзлоупотреблений» и автор первого «Справочника по уголовному правосудию» для правоохранительных органов США, понимал под объектом компьютерного преступления отношения, которые обуславливают защищенность / незащищенность компьютерных сетей финансовых организаций [Parker, 1976]. Д.С. Уолл дополняет объект компьютерной информацией, которая функционирует в сетях [Wall, 2007]. Причиной онлайн-преступлений выступает сложность их выявления, так как информация зачастую скрывается пострадавшими [Smith, 2007].

В. Кандпал определяет и представляет достаточно подробную классификацию киберпреступлений: кибер-преследование, преступления против интеллектуальной собственности; бот-сети, передача вируса, взлом сети; кражи интернет-времени, фишинг, голосовой фишинг, кардинг, подмена электронной почты/СМС, межсайтовый скриптинг, киберсквоттинг/сквоттинг, кибервандализм, киберторговля и другие [Kandpal, Singh, 2013].

На этом фоне выделяется публикация В. Шиловой и М. Печалиной, в которой на основании анализа ресурсов интернет-пространства обоснована типология интернет-мошенничества по нескольким основаниям: по методике исполнения, по каналам коммуникации и по сферам воздействия [Шилова, Печалина, 2014].

Приведем эмпирическую базу настоящей работы.

1. Статистические данные. Обращаясь к открытой статистической базе данных Министерства внутренних дел Российской Федерации, отметим, что каждое четвертое преступление совершается с использованием ИТ-технологий. С января по сентябрь 2022 г. зарегистрировано 378,5 тыс. преступлений в сфере компьютерной

преступности, при этом 71,2 % совершается путем кражи или мошенничества. В перечень таких деяний входят мошенничества через телефонные звонки, кардинг, фишинг и другие виды киберпреступлений³.

2. Данные авторского социологического исследования. Метод: анкетный интернет-опрос; объем выборки – 474 человека. Средний возраст респондентов составляет 38 лет и выше, гендерный срез характеризуется равным соотношением мужчин и женщин, 90 % имеют высшее образование.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESULTS

Проанализировав полученные данные, можно сказать, что большинство респондентов сталкивались с цифровым мошенничеством напрямую или с неудачной попыткой украсть у них денежные средства подобным образом. Об этом заявили 86 % респондентов, причем мужчины преобладают в гендерном срезе над женщинами, их доля составляет 62 %.

Согласно полученным результатам, 74 % опрошенных имеют две и более банковских карты, однако они либо не установили защиты по лимитам на снятие средств с карт, либо не владеют последними программами по защите своих средств на картах, что делает их более уязвимыми перед мошенниками. 16 % респондентов «затрудились ответить», что характеризует их осторожность и повышенный уровень недоверия и нежелания делиться своими персональными данными даже в ходе электронного опроса. Из них большинство оказались женщины старше 50 лет – 67 %. Также многие респонденты предпочитают снимать денежные средства в одном месте или в одном и том же отделении банка. Об этом заявило 38 % женщин и 36 % опрошенных мужчин соответственно. 22 % респондентов не задумываются об этом и снимают деньги, где им удобно. Также у 34 % процентов респондентов не установлен лимит на снятие денежных средств с банковской карты, и только у половины опрошенных он имеется, что показывает халатное отношение к своим сбережениям.

Рассмотрим основные виды цифрового мошенничества, а также опишем на основе анализа полученных ответов респондентов сложившуюся ситуацию, попробуем выявить гендерные различия в ответах респондентов по отношению к данной проблематике.

³ Министерство внутренних дел Российской Федерации. Состояние преступности в Российской Федерации за январь – сентябрь 2022 года. Режим доступа: <https://мвд.рф/reports/item/33388812/> (дата обращения: 15.02.2023).

Основными видами мошенничества, которые будут более подробно рассмотрены в данной статье, являются:

- 1) телефонное мошенничество и IP-телефония (от англ. Internet Protocol – «межсетевой протокол»);
- 2) СМС-мошенничество;
- 3) фишинг (от англ. fishing – «рыбная ловля, выуживание»);
- 4) снифферинг (от англ. to sniff – «нюхать» – перехват сообщений);
- 5) скимминг (от англ. to skim – «бегло прочитывать», «скользить» – кража данных карты).

Перейдем к рассмотрению каждого из вышеперечисленных видов мошенничества и проанализируем степень вовлеченности, процентное соотношение респондентов, столкнувшихся с тем или иным видом цифрового мошенничества, проанализируем пострадавших от того или иного вида мошенничества в гендерном ракурсе.

ТЕЛЕФОННОЕ МОШЕННИЧЕСТВО И IP-ТЕЛЕФОНИЯ

Одним из наиболее часто встречающихся видов цифрового мошенничества является акт по использованию или хищению чужого имущества или приобретению права на чужое имущество путем преступного внедрения в информационную систему или передачи данных через компьютерные сети. Под IP-телефонией подразумевается набор коммуникационных протоколов, технологий и методов, обеспечивающих традиционные для телефонии набор номера, дозвон и двустороннее голосовое общение, а также видео-общение по сети «Интернет»

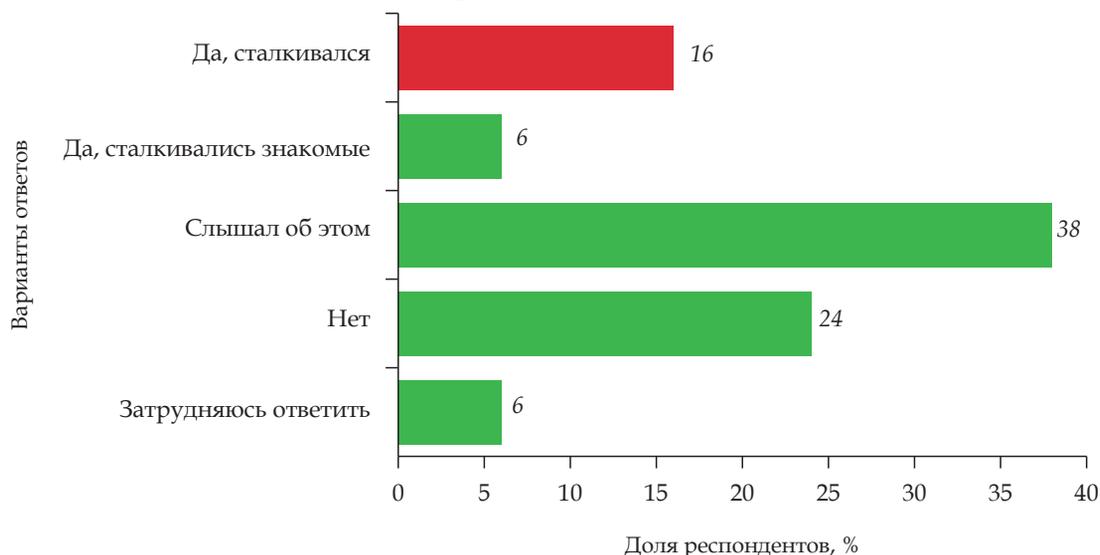
или любым другим IP-сетям. Это мошенничество основано на возможности подменять номер абонента, используя IP-телефонию. Если вдаваться в технические подробности, в сетях номер не запрашивается, а передается коммутатором вызывающего абонента. Когда звонок идет через VoIP-шлюз, можно подставить любой номер.

Исходя из проведенного опроса, было выявлено, что 16 % респондентов лично сталкивались с подобным видом мошенничества. 6 % процентов пользователей слышали об этом от знакомых. Однако 24 % абсолютно не знакомы с данным видом социальной деструкции (рис. 1).

Рассмотрение полученных данных в гендерном ракурсе показывает нам следующую картину: с таким видом мошенничества из 16 % респондентов, ответивших «да», сталкивалось 68 % мужчин. Это позволяет сделать вывод о том, что женщины, независимо от возраста, в данном вопросе более осторожны и благоразумны.

Более того, пользователи заявляют, что получают звонки от мошенников периодически или несколько раз. Об этом свидетельствует представленная ниже диаграмма (рис. 2).

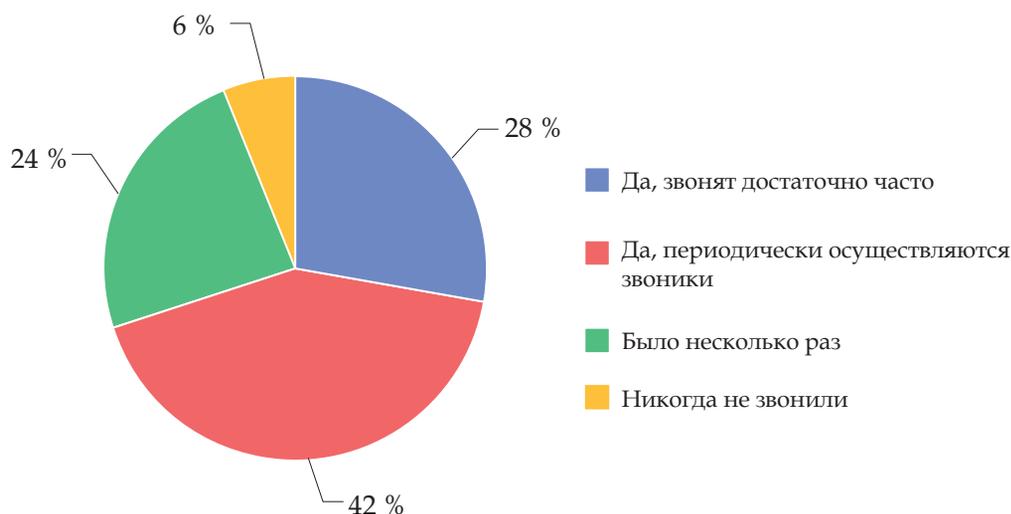
Необходимо отметить, что 20 % респондентов теряли деньги от такого вида мошенничества, а большинство сталкивалось с неудачной попыткой украсть деньги – 60 % (рис. 3). В ответах респондентов было также выявлено преобладание мужчин – 64 % и 59 % женщин соответственно. Это позволяет сделать вывод о том, что женщины более рациональны и осторожны.



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 1. Распределение ответов по вопросу несанкционированного использования услуг связи путем перепрограммирования

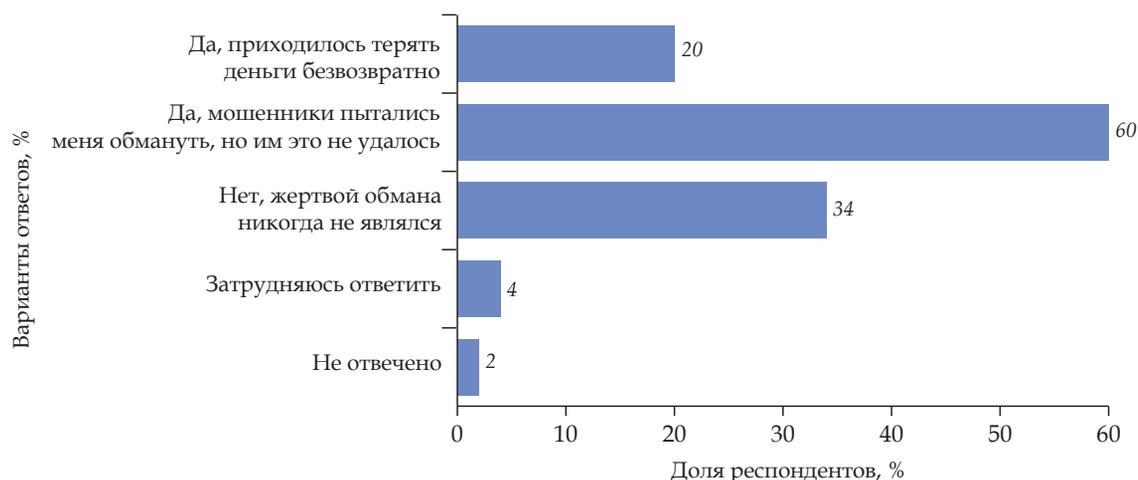
Fig. 1. Answers distribution on the unauthorized use of communication services by reprogramming issue



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Вам звонили мошенники, представляясь сотрудниками банков, кредитных и страховых компаний, медицинскими работниками и даже вашими знакомыми?»

Fig. 2. Distribution of answers to the question: "Did fraudsters call you, posing as employees of banks, credit and insurance companies, medical professionals and even your acquaintances?"



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Были ли вы жертвой телефонного или интернет-мошенничества?»

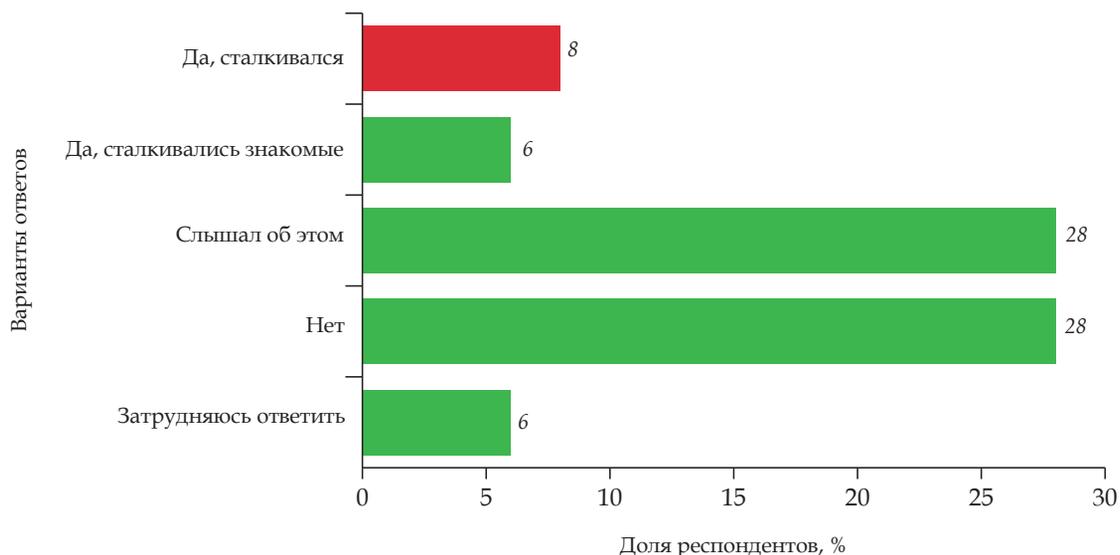
Fig. 3. Answers distribution to the question: "Have you been a victim of telephone or internet fraud?"

СМС-МОШЕННИЧЕСТВО

Далее поговорим о второй разновидности цифрового мошенничества – СМС-мошенничестве, которое схоже с мошенничеством с использованием IP-телефонии. Данная разновидность представляет собой сбор данных через предложение владельцу денежных средств перечислить какую-то сумму с помощью СМС-сообщения. При этом преступники заранее не владеют информацией, обладает ли этот абонент какими-либо средствами. Для выявления необходимых данных человеку отправляется сообщение, что его карта заблокирована или что ее работа приостановлена, и предлагается по телефону совершить

какие-то действия в банкомате, нажать названные кнопки, что приводит к перечислению денег на счета мошенников.

Описывая полученные данные (рис. 4), мы видим, что респонденты имели меньше личного опыта с таким видом мошенничества, чем с предыдущим – 8 % опрошенных. Однако по-прежнему большой остается совокупность респондентов, которая слышала об этом – 28 %. Из 8 % респондентов, которые ответили «Да, сталкивался» – 60 % женщин. И здесь мы видим совершенно другой гендерный ракурс. При этом виде мошенничества большинством пострадавших стали женщины.

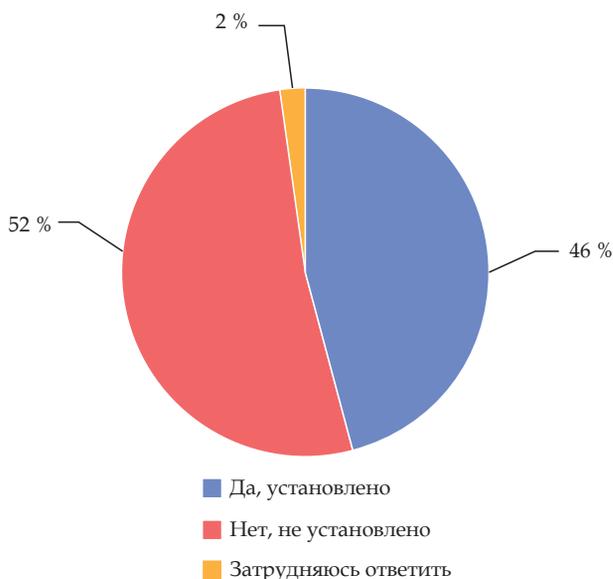


Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 4. Распределение ответов на вопрос об изъятии средств с помощью СМС-мошенничества

Fig. 4. Distribution of answers to the question about the withdrawal of funds using SMS fraud

В ходе исследования выяснилось, что половина респондентов – 52 % – не защищают свои мобильные телефоны при помощи блокировщиков подозрительных номеров, тем самым подвергают себя большому финансовому риску (рис. 5). Кроме того, 18 % не знали о том, что мошенники могут воспользоваться стандартным номером банка или же номерами близких им знакомых.



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 5. Распределение ответов на вопрос: «Установлено ли у вас на телефоне приложение, блокирующее подозрительные номера?»

Fig. 5. Answers distribution to the question:

“Do you have an application that blocks suspicious numbers on your phone?”

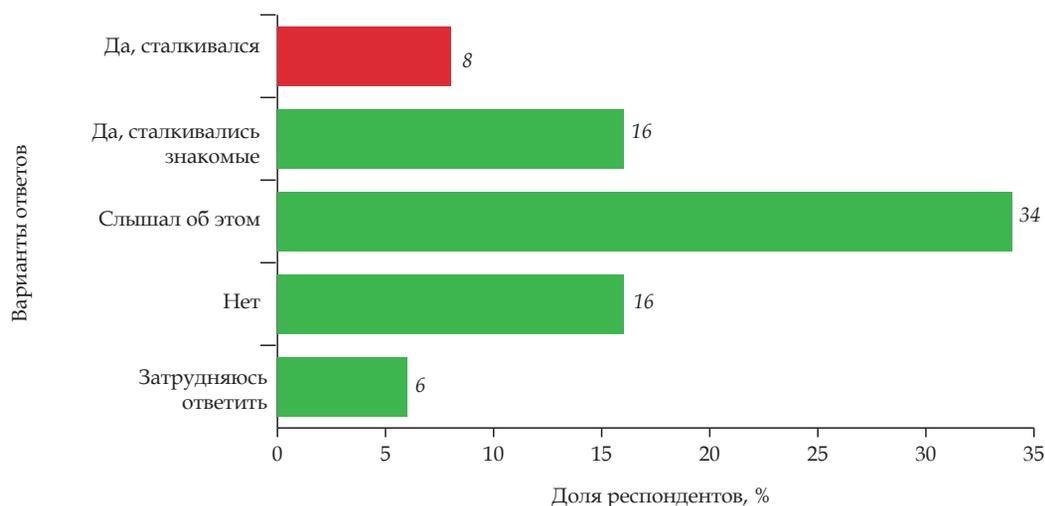
Фишинг

Фишинг представляет собой совокупность методов доступа к личным финансовым данным (логин и пароль от личного кабинета на сайте банка). Осуществляется это с помощью вирусных или DDoS-атак (от англ. Distributed Denial of Service – «распределенный отказ в обслуживании»). А необходимые данные выуживаются с помощью контакта с человеком, отличающимся наивностью и слабым знанием компьютерных технологий, который, например, отправляет свою парольную информацию в ответ на подставное письмо якобы от известной фирмы.

Данная методика мошенничества наиболее актуальна сегодня. Многие работодатели, перенося офлайн процессы на удаленную форму взаимодействия, выбирают основным источником коммуникации электронную почту, где пользователи могут столкнуться с мошенниками. В по данным «Лаборатории Касперского», в 2021 г. от фишинговых атак пострадали 8,2 % пользователей. «Атаки на клиентов платежных систем составили треть от всех случаев финансового фишинга. Еще 26,6 % финансовых фишинговых схем пришлось на долю банковских сервисов, с которыми связаны 11,1 % от общего числа фишинговых инцидентов»⁴.

Однако данные авторского исследования показывают, что в действительности только малый процент опрошенных столкнулся с фишингом лично – 8 %, а процент людей, которые имеют печальный опыт своих знакомых, намного выше

⁴ Securelist. Финансовые киберугрозы в 2021 году. Отчет «Лаборатории Касперского». Режим доступа: <https://securelist.ru/financial-cyberthreats-in-2021/104553/> (дата обращения: 18.02.2023).



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 6. Распределение ответов на вопрос, сталкивались ли респонденты с фишингом

Fig. 6. Answers distribution to the question whether respondents have experienced phishing

в случае сравнения с другими методами цифрового мошенничества – порядка 16 %. Также мы продолжаем наблюдать уже сложившуюся тенденцию, показывающую, что большинство респондентов (34 %) также, как в указанных выше примерах, знакомы с данным видом мошенничества.

СНИФФЕРИНГ

Еще одним распространенным методом, которым часто пользуются мошенники, является sniffing. Под этим понятием понимают перехват данных при помощи специального программного обеспечения (сниффера). Оно анализирует входящий и исходящий трафик компьютера и собирает данные, причем многие ошибочно полагают, что стать участником такого мошенничества можно лишь при подключении к Интернету через незащищенные точки доступа, например в кафе или других общественных местах, в то время как пользователь любого интернет-магазина или банковской системы может пострадать от этого вида мошенничества. Хакеры с помощью специальной программы могут запросто узнавать данные банковских карт или данные входа в сервисы платежных систем или онлайн-банкинга. По информации специалистов «Лаборатории Касперского», ситуация развивается достаточно динамично. Так в списке «Топ-10 стран и регионов» Япония в 2020 г. заняла первое место, хотя в предыдущем году она «не входила даже в первую десятку»⁵.

Стать жертвой sniffing достаточно просто. Однако из опроса мы видим, что большинство респондентов не сталкивались с данным

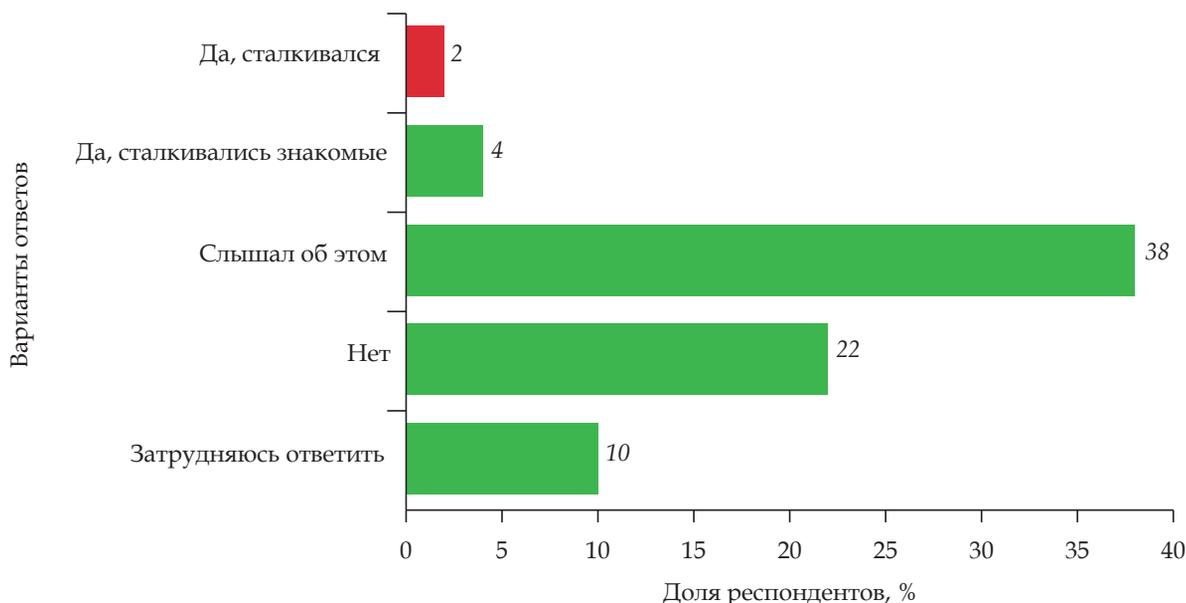
видом мошенничества лично – 2 %. Большинство из них слышали об этом (38 %), а 22 % опрошенных не сталкивались с ним вовсе, что указывает на низкую осведомленность в этой области цифрового мошенничества, а также на отсутствие достаточно полной информации об этом явлении; люди могут даже и не предполагать о том, что мошенники воспользовались их данными (рис. 7).

Из приведенной на рисунке 8 диаграммы следует, что 52 % респондентов, отвечая на вопрос об информированности о средствах антивирусной защиты от мошенников, имеют представления о том, как работает такая защита. 18 % не имеют понятия, как она работает, а 22 % и вовсе не знают об этом. Таким образом, 40 % респондентов не имеют представления о том, что это за явление, как работают мошенники и какие существуют способы защиты от sniffing.

СКИММИНГ

Скимминг – это считывание данных с магнитной полосы банковской карты и ПИН-кода. Затем изготавливается поддельная банковская карта и крадутся деньги, а их списание осуществляется с настоящего счета клиента банка. Чтобы избежать скимминга, во-первых, желательно осуществлять снятие наличных средств непосредственно в офисах банков, а если это невозможно, надо хорошо осмотреть банкомат до начала использования. Во-вторых, пользоваться бесконтактной или специально предназначенной картой, на которую будет предварительно переведена только разово необходимая сумма. При вводе ПИН-кода желательно прикрывать клавиши рукой.

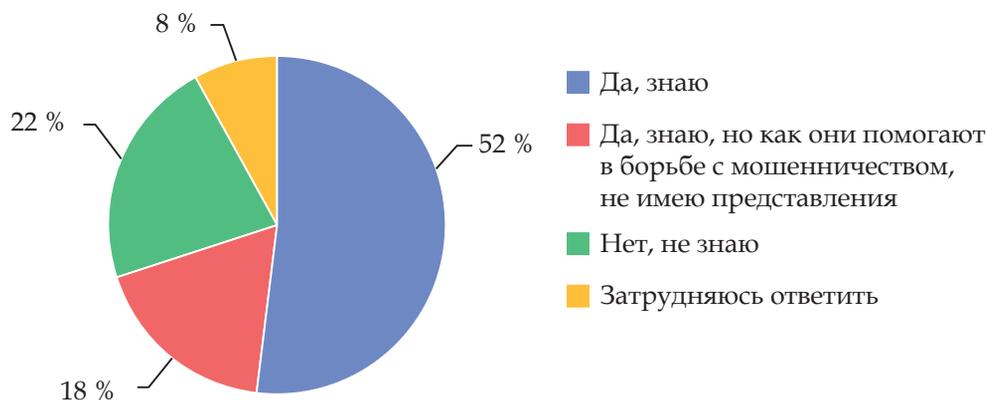
⁵ Там же.



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 7. Распределение ответов по вопросу sniffing – перехвата данных специальной компьютерной программой

Fig. 7. Answers distribution on the sniffing issue – interception of data by a special computer program



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 8. Распределение ответов на вопрос: «Знаете ли Вы о средствах антивирусной защиты от мошенничества?»

Fig. 8. Distribution of answers to the question: "Do you know about anti-virus protection against fraud?"

ОБСУЖДЕНИЕ / DISCUSSION

Рассмотрев основные виды мошенничества и статистику распределения ответов, можно сделать вывод, что участники опроса сталкивались с различными видами правонарушений в цифровой среде достаточно часто, многие имеют личный опыт потери денежных средств из-за цифровых мошенников.

Результаты исследования показали, что на сегодняшний день цифровое мошенничество процветает. От него становится все сложнее защититься, так как развиваются его новые виды и формы.

В ходе исследования также выяснилось, что мужчины в большей степени сталкиваются с мошенниками и страдают от их действий. Также мужчины более доверчивы и раскрывают свои данные в Интернете, например, о количестве своих дебетовых карт в опросе.

Более того, важнейшим фактором сохранения денежных средств является цифровая и финансовая грамотность, которая, согласно проведенному опросу, до сих пор находится на достаточно низком уровне. Например, многие респонденты по сей день не задумаются об установлении лимитов снятия

денежных средств со своих карт, еще одна значительная часть опрошенных пользуется большим количеством банковских карт, что повышает риски попадания данных к мошенникам. Около половины опрошенных не понимают, как их защищают антивирусные программы. Следовательно, они не осмысливали вопросы собственной цифровой безопасности, предоставляя цифровому мошеннику важные личные данные. Кроме того, как уже освещалось выше, многие родители невольно передают доступ к своим данным через своих несовершеннолетних детей, которые используют гаджеты взрослых для игр и учебы.

Анализ распределения ответов по гендерному признаку позволил выявить, по отношению к каким категориям населения чаще всего применяется цифровое мошенничество, каков возраст пострадавших, кто чаще становился жертвами различных видов Интернет-мошенничества. Исследование показало уязвимость в первую очередь мужской половины населения старше 40 лет. Мужчины более доверчивы и охотно делятся своими данными в Интернете, например, о количестве своих дебетовых карт в опросе. Это отчасти объясняется тем, что взрослое население Российской Федерации выросло и прошло свое становление в условиях СССР, который гарантировал своим гражданам защиту своих личных финансов, уверенность в сохранности своих накоплений и являлся гарантом финансовой безопасности, а также брал на себя все риски. Этим и объясняется некая инфантильность, наивность взрослого поколения, которой и пользуются мошенники. Люди же более взрослого поколения, как правило, после 75 лет, гораздо реже используют мобильные приложения для оплаты со своих электронных карт, предпочитая либо использование наличных денег для оплаты, либо использование одного и тот же банка для осуществления своих

операций со счетами в формате офлайн без использования телефонов.

Очевидным является то, что в современных условиях развития интернет-мошенничества, людей необходимо постоянно информировать о способах защиты от него. Особенную актуальность это приобретает в сегодняшних реалиях, когда большинство людей отправлено на дистанционную работу и учебу. Исследование показало, что только 44 % респондентов информированы о видах мошенничества в достаточной степени, чтобы защититься от современных интернет-мошенников. В качестве первоочередных мер необходимо повышать уровень финансовый и цифровой грамотности населения. Для этого органы государственной власти совместно со средствами массовой информации должны активно распространять информацию о видах мошенничества и способах защиты от них.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Таким образом, чтобы защитить граждан от современных мошенников, необходимо повышать их уровень финансовой и цифровой грамотности. Особое внимание необходимо обратить на то, что соблюдение нескольких основных простых правил может повысить степень собственной защиты от любого вида мошенничества. Эти правила следующие:

- не отвечать на звонки с незнакомых номеров;
- не предавать никому свои личные данные;
- следить за своими банковскими картами, особенно при их использовании;
- стараться не использовать общедоступные точки доступа в сеть «Интернет»;
- быть бдительным и понимать, что век технологий и век возможностей несет не только положительные аспекты, но и отрицательные.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Василенко Л.А. (2018). «Нормальная аномия»: трансформация институтов в сложном обществе // Научный результат. Социология и управление. Т. 4. № 3. С. 45–56. <https://doi.org/10.18413/2408-9338-2018-4-3-0-4>
- Василенко Л.А., Кашина М.А. (2015). Будущее гендерной политики в глобализирующемся обществе: российский кейс // Управленческое консультирование. № 9 (81). С. 112–119.
- Василенко Л.А., Мещерякова Н.Н. (2021). Социология цифрового общества: монография. Томск: Изд-во ТПУ.
- Делез Ж. (2004). Переговоры, 1972 – 1990: [собрание писем и статей]. Пер. с фр. Быстров В.Ю. СПб.: Наука. 232 с.
- Кривоухов А.А. (2020). Личная ответственность как основа информационной безопасности личности в цифровом обществе // Цифровое общество – новый формат социальной реальности: структуры, процессы и тенденции развития: материалы Всероссийской научной конференции XIV Ковалевские чтения, Санкт-Петербург, 12–14 ноября 2020 г.; отв. ред. Скворцов Н.Г., Асочаков Ю.В. СПб.: Скифия-принт. 603 с.

- Фуко М. (1999). Надзирать и наказывать. Рождение Тюрьмы. Пер. с фр. Наумов В. М.: Ad Marginem. 479 с.
- Шилова В.А., Печалина М.К. (2014). Интернет-мошенничество как значимая характеристика «экранного мира» сети // Наука телевидения. № 11. С. 324–342.
- Baz R., Shamsiah Samsudin R., Che-Ahmad A. (2017). The role of internal control and information sharing in preventing fraud in the Saudi banks // *Journal of Accounting and Financial Management*. V. 3, no. 1. Pp. 7–13.
- Cohen L.E., Felson M. (1979). Social change and crime rate trends: A routine activity approach // *August American Sociological Review*. V. 44, no. 8. <http://dx.doi.org/10.2307/2094589>
- Cressey D.R. (1954). The differential association theory and compulsive crimes // *Journal of Criminal Law and Criminology*. V. 45, no. 1. Pp. 29–40.
- Fukuyama F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. New York: Free Press. 457 p.
- Kandpal V., Singh R.K. (2013). Latest face of cybercrime and its prevention in India // *International Journal of Basic and Applied Sciences*. V. 2, no. 4, pp. 150–156.
- Manivannan A., Moorthy D. (2020). *Cyber attacks in the banking industry*. Fern Barrow: Faculty of Science and Technology Bournemouth. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.16664.01282>
- Parker D.B. (1976). Computer abuse perpetrators and vulnerabilities of computer systems // *AFIPS '76* (1976).
- Smith R.G. (2007). Crime control in the digital age: An exploration of human rights implications // *International Journal of Cyber Criminology*. V. 1, no. 2. Pp. 167–179.
- Tade O., Adeniyi O. (2020). Dimensions of electronic fraud and governance of trust in Nigeria's cashless ecosystem // *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*. V. 64. Art. num. 0306624X2092802. <http://dx.doi.org/10.1177/0306624X20928028>
- Wickramanayake B., Geeganage D. K., Ouyang C., Xu Y. (2020). A survey of online card payment fraud detection using data mining-based methods // *ArXiv*. V. arXiv:2011.14024. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2011.14024>

REFERENCES

- Baz R., Shamsiah Samsudin R., Che-Ahmad A. (2017), “The role of internal control and information sharing in preventing fraud in the Saudi banks”, *Journal of Accounting and Financial Management*, vol. 3, no. 1, pp. 7–13.
- Cohen L.E., Felson M. (1979), “Social change and crime rate trends: A routine activity approach”, *American Sociological Review*, vol. 44, no. 8, <http://dx.doi.org/10.2307/2094589>
- Cressey D.R. (1954), “The differential association theory and compulsive crimes”, *Journal of Criminal Law and Criminology*, vol. 45, no. 1, pp. 29–40.
- Deleuze G. (2004), *Conversations, 1972–1990: [collection of letters and articles] [Peregovory, 1972–1990: [sobranie pisem i statej]*, Trans. from French Bystrov V.Yu., Nauka, St. Petersburg, Russia (in Russian).
- Foucault M. (1999), *Surveiller et punir. Naissance de la prison [Nadzirat' i nakazyvat'. Rozhdenie tyur'my]*, Trans. from Franch Naumov V., Ad Marginem, Moscow, Russia (in Russian).
- Fukuyama F. (1995), *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*, Free Press, New York, US.
- Kandpal V., Singh R.K. (2013), “Latest face of cybercrime and its prevention in India”, *International Journal of Basic and Applied Sciences*, vol. 2. no.4, pp. 150–156.
- Krivoukhov A.A. (2020), “Personal responsibility as the basis of personal information security in a digital society” [“Lichnaya otvetstvennost' kak osnova informacionnoj bezopasnosti lichnosti v cifrovom obshchestve”], In: Skvorcov N.G., Asochakov Yu.V. (eds.) *Digital society – a new format of social reality: structures, processes and development trends: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference XIV Kovalev Readings [Cifrovoe obshchestvo – novyj format social'noj real'nosti: struktury, processy i tendencii razvitiya: materialy Vserossijskoj nauchnoj konferencii XIV Kovalevskie chteniya]*, St. Petersburg, November 12–14, 2020, Skifiya-print, St. Petersburg, Russia (in Russian).
- Manivannan A., Moorthy D. (2020), *Cyber attacks in the banking industry*, Faculty of Science and Technology Bournemouth, Fern Barrow, UK, <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.16664.01282>
- Parker D.B. (1976), “Computer abuse perpetrators and vulnerabilities of computer systems”, *AFIPS '76* (1976).
- Smith R.G. (2007), “Crime control in the digital age: An exploration of human rights implications”, *International Journal of Cyber Criminology*, vol. 1, no. 2, pp. 167–179.
- Shilova V.A., Pechalina M.K. (2014), “Internet fraud as a significant characteristic of the ‘screen world’ of the network” [Internet-moshennichestvo kak znachimaya harakteristika «ekrannogo mira» seti], *Nauka televideniya*, no. 11, pp. 324–342 (in Russian).
- Tade O., Adeniyi O. (2020), “Dimensions of electronic fraud and governance of trust in Nigeria's cashless ecosystem”, *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, vol. 64, art. num. 0306624X2092802, <http://dx.doi.org/10.1177/0306624X20928028>

Vasilenko L.A. (2018), “‘Normal anomie’: transformation of institutions in a complex society”, *Research result. Sociology and management*, vol. 4, no. 3, pp. 45–56, <https://doi.org/10.18413/2408-9338-2018-4-3-0-4> (in Russian).

Vasilenko L.A., Kashina M.A. (2015), “ The future of gender policies in the globalized world: Russian case”, *Administrative Consulting*, no. 9(81), pp. 112–119 (in Russian).

Vasilenko L.A., Meshcheryakova N.N. (2021), *Sociology of digital society [Sociologiya cifrovogo obshchestva]: monograph*, National Research Tomsk Polytechnic University Publ. House, Tomsk, Russia (in Russian).

Wickramanayake B., Geeganage D. K., Ouyang C., Xu Y. (2020), “A survey of online card payment fraud detection using data mining-based methods”, *ArXiv*, vol. arXiv:2011.14024, <https://doi.org/10.48550/arXiv.2011.14024>

Организация защиты несовершеннолетних от деструктивной информационной среды: опыт российских городов федерального значения

УДК 351.751 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-1-72-78

Получено 24.01.2023

Доработано после рецензирования 21.02.2023

Принято 13.03.2023

Титор Светлана Евгеньевна

Канд. юр. наук, доц. каф. частного права

ORCID: 0000-0002-5930-9972

E-mail: setitor@mail.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Актуальность защиты несовершеннолетних от деструктивной информации достаточно велика, так как в современном мире технологии заняли передовую позицию в жизни человека, в том числе детей, заменяя не только живое общение, но и перенося всю жизнь человека в интернет-пространство. Информационная среда влияет на воспитание детей, поскольку они проводят достаточно много времени в глобальных сетях. Исходя из смысла международных норм и национального законодательства, защита детей от деструктивной информации должна организовываться в том числе на региональном уровне. Особенности российских городов федерального значения могут служить основанием для отдельного изучения их опыта организации защиты несовершеннолетних от деструктивной информационной среды. В настоящем исследовании проанализирована такая

работа в Москве, Санкт-Петербурге, Севастополе. В статье применен сравнительно-правовой метод, метод анализа, формально-правовой метод, социологический метод, метод обобщения. Города федерального значения изучены с позиции криминализации несовершеннолетних. Исследовано региональное законодательство, регулирующее вопросы защиты несовершеннолетних от деструктивной информационной среды. Проанализирована правоприменительная практика по повышению медиаграмотности несовершеннолетних, просветительской работе, внеучебной работе с детьми и подростками. В заключении сделаны выводы об особенностях обеспечения защиты несовершеннолетних от деструктивной информации в российских городах федерального значения.

Ключевые слова

Деструктивная информация, защита несовершеннолетних, города федерального значения, сеть «Интернет», медиаграмотность, образовательные организации, преступность несовершеннолетних, обучение несовершеннолетних

Для цитирования

Титор С.Е. Организация защиты несовершеннолетних от деструктивной информационной среды: опыт российских городов федерального значения // Цифровая социология. 2023. Т. 6, № 1. С. 72–78.

© Титор С.Е., 2023.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Organization of minors' protection from destructive information environment: Russian federal cities case study

Received 24.01.2023 Revised 21.02.2023 Accepted 13.03.2023

Svetlana E. Titor

Cand. Sci. (Jur.), Assoc. Prof. at the Private Law Department

ORCID: 0000-0002-5930-9972

E-mail: setitor@mail.ru

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

The relevance of protecting minors from destructive information is quite high, since in the modern world technology has taken a leading position in human life, including children's, replacing not only live communication, but also transferring a person's entire life to the Internet space. The information environment affects the upbringing of children, as they spend a lot of time in global networks. Based on the meaning of international norms and national legislation, the protection of children from destructive information should be organized, including at the regional level. Features of Russian cities of federal significance can serve as a basis for a separate study of their experience in organizing the protection of minors from a destructive information environment. This study analyzes such work in Moscow,

St. Petersburg, and Sevastopol. The article uses the comparative legal method, the method of analysis, the formal legal method, the sociological method, the method of generalization. Cities of federal significance have been studied from the standpoint of the criminalization of minors. The regional legislation governing the protection of minors from the destructive information environment has been studied. The law enforcement practice on improving the media literacy of minors, educational work, extracurricular work with children and adolescents is analyzed. In conclusion, findings about the features of ensuring the protection of minors from destructive information in Russian cities of federal significance are drawn.

Keywords

Destructive information, protection of minors, federal cities, Internet, media literacy, educational organizations, juvenile delinquency, juvenile education

For citation

Titor S.E. (2022) Organization of minors' protection from destructive information environment: Russian federal cities case study, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 1, pp. 72-78. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-72-78

© Titor S.E., 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Актуальной задачей, стоящей перед действующим законодательством, является создание гарантий (условий), защищающих несовершеннолетних от деструктивного воздействия интернет-среды. Многие исследователи высказывают мнение о необходимости, прежде всего, обучать самих детей и подростков безопасному пользованию интернет-ресурсами. Уроки кибербезопасности должны быть обязательными в школах и дома [Романова, 2017]. Ученые полагают, что при обучении несовершеннолетних необходимо уделять внимание формированию правоопослушного поведения в сфере информационной безопасности с разъяснениями ответственности за нарушение законодательства, рассказывать технологиях манипулирования в информационном пространстве, показывать и выявлять источники деструктивного информационно-психологического воздействия [Богомаз, 2021].

Ученые полагают, что в целях профилактики девиантного поведения несовершеннолетних необходимо реализовывать комплексные социально-психологические программы, активизировать работу психологических служб в части постоянного мониторинга психоэмоционального состояния детей и подростков [Ережипалиев, 2018; Богатырева, 2013].

Данная проблема носит глобальный характер, что обуславливает присутствие и необходимость изучения правового регулирования и опыта правоприменительной практики в субъектах Российской Федерации (далее – РФ). Среди прочих субъектов Российской Федерации организацией местного самоуправления выделяются города федерального значения: Москва, Санкт-Петербург, Севастополь. К числу их особенностей также относят высокую плотность населения [Пахомова и др., 2018], развитую транспортную, информационную, культурную инфраструктуру. На фоне стремительно развернувшейся информационно-коммуникационной революции современные города приобретают возможность выступать драйверами политического и социального развития [Гарас, 2020].

ИССЛЕДОВАНИЕ/ RESEARCH

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ОТ ДЕСТРУКТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ В МОСКВЕ

Большая часть вопросов информационной безопасности в Москве регулируется Распоряжением Департамента образования и науки

города Москвы от 20 февраля 2021 г. № 34р¹, действие которого предусмотрено на период с 2021 г. по 2027 г. Мероприятия разделены на 3 раздела: мероприятия по повышению квалификации работников образовательных организаций в части обеспечения информационной безопасности детей, мероприятия по созданию образовательно-просветительского контента в части обеспечения информационной безопасности детей, мероприятия, направленные на формирование навыков обеспечения информационной безопасности у детей. То есть регионом обозначены различные сферы, позволяющие сформировать общую политику в области информационной безопасности детей.

Одной из проблем, связанных с обеспечением информационной безопасности несовершеннолетних, является недостаточная информационно-просветительская работа [Власенко, 2019]. Понимание педагогическими работниками важности обеспечения информационной безопасности детей и подростков является значимым фактором предупреждения негативного влияния со стороны информационной среды [Romm, Shisharina, 2021]. Для работников образовательных организаций проводятся курсы по обеспечению информационной безопасности несовершеннолетних, развитию внутришкольной системы по профилактике угроз информационного характера среди учащихся образовательных организаций, а также по проведению соответствующих олимпиад и других мероприятий. Департаментом образования и науки г. Москвы разработана типовая обучающая программа для детей 11–17 лет по теме «Информационная безопасность несовершеннолетних»². Однако продолжительность курса крайне мала – 14 часов. Документ обязывает школы организовывать и проводить мероприятия, посвященные Единому уроку по безопасности в сети «Интернет», Уроку цифры. Предусмотрены такие мероприятия, как Квест «Сетевичок» и «Премия Сетевичок»³.

Необходимо отметить, что в Москве предусматривается проведение мероприятий по повышению цифровой грамотности среди детей 9–11 классов, студентов колледжей. На наш взгляд,

¹Департамент образования и науки г. Москвы. Распоряжение от 20.02.2021 № 34р «Об утверждении Плана мероприятий, направленных на обеспечение информационной безопасности детей, на 2021–2027 годы». Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/573876448> (дата обращения: 21.01.2023).

²Департамент образования и науки г. Москвы. Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Информационная безопасность несовершеннолетних». Режим доступа: https://mosmetod.ru/files/metod/dopolnitelnoe/Программы/Соц_гуманитарная/Информационная_безопасность_несовершеннолетних.pdf (дата обращения 21.01.2023).

³Сетевичок. Официальный сайт проекта. Режим доступа: <https://www.setevichok.pf/> (дата обращения: 21.01.2023).

возраст для развития цифровой грамотности уже достаточно большой, к началу 9-го класса дети знают про сеть «Интернет» (далее – Интернет) все – беспокоиться о безопасности несовершеннолетних необходимо с 6-го класса, а базовые знания в области цифровой грамотности необходимо закладывать с начальной школы.

Вовлечение несовершеннолетних в получение знаний в области информационной безопасности планируется проводить и в игровой форме. Для этого специально создается компьютерная игра по тематике, направленная не только на детей, но и на педагогических работников, специалистов образовательных организаций. Среди школ планируется проводить соревнования по специально разработанной настольной игре по информационной безопасности. На наш взгляд, по сравнению с другими регионами перечень мероприятий, заявленный на период с 2021 г. по 2027 г., недостаточно велик. Если же рассматривать программу мероприятий в Москве как единое целое, то в совокупности они создают грамотный и постепенный подход для обучения несовершеннолетних основам цифровой грамотности и реализации безопасности несовершеннолетних в информационно-коммуникационной сети «Интернет» через обучение сотрудников образовательных организаций, просвещение детей и их родителей.

Отметим, что по отношению к общему количеству несовершеннолетних, проживающих в Москве, процент несовершеннолетних, совершивших преступления в 2021 г., относительно невысок и составляет 0,02 %. Данные по криминализации несовершеннолетних в рассматриваемых городах федерального значения представлены в таблице.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ОТ ДЕСТРУКТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

В Санкт-Петербурге обеспечение информационной безопасности предусматривается Распоряжением Правительства Санкт-Петербурга

⁴ Генеральная прокуратура Российской Федерации. Портал правовой статистики генеральной. Режим доступа: http://crimestat.ru/regions_chart_total (дата обращения: 21.01.2023).

от 14 августа 2020 г. № 22-рпб. Так же, как и в Москве, в Санкт-Петербурге предусмотрена долгосрочная программа, охватывающая периоды с 2021 г. по 2027 г. В Санкт-Петербурге запланировано проведение мероприятий, направленных на просвещение населения. Также эти акции выполняют функции по профилактике угроз, рисков, связанных с использованием несовершеннолетними сети «Интернет», «родительского контроля». По вопросам безопасности как в бумажном, так и в электронном форматах должны распространяться материалы, направленные на продвижение информационной безопасности детей. В Санкт-Петербурге предусматривается создание служб онлайн-консультирования системы оказания психологической помощи детям, законным представителям. Поддержку планируется оказывать через популярные мессенджеры Viber, Telegram, WhatsApp, что, на наш взгляд, является позитивным моментом. Психологическая поддержка сама по себе нужна каждому человеку, но не всегда у людей есть возможность позвонить или очно получить такую консультацию. Использование современных технологий позволит специалистам грамотно и своевременно решать вопросы помощи населению города. Также предусматривается мониторинг электронных ресурсов, нарушающих законодательство Российской Федерации, с последующей их блокировкой. В школах за период 2021–2027 гг. планируется проводить неделю безопасного Интернета, в ходе которой состоится «Всероссийский урок безопасности в сети „Интернет“».

Исследователи отмечают важную роль семьи в развитии личности несовершеннолетнего [Vargas Rubilar et al., 2017]. Необходимо обеспечить интерес со стороны родителей к данной проблематике: активизировать интерес к обсуждению и анализу с детьми просмотренной информации в средствах массовой информации и Ин-

⁵ Правительство Санкт-Петербурга. Распоряжение от 14.08.2020 № 22-рп «Об утверждении Плана мероприятий по обеспечению информационной безопасности детей, производства информационной продукции для детей и оборота информационной продукции в Санкт-Петербурге на 2021–2027 годы». Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/565551363> (дата обращения: 21.01.2023).

Таблица. Данные по криминализации несовершеннолетних в российских городах федерального значения

Table. Data on the criminalization of minors in the Russian federal cities

Название города федерального значения	Показатель криминализации несовершеннолетних, чел.							
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	1-е полугодие 2022 г.
Москва	868	653	559	540	449	469	464	233
Санкт-Петербург	793	646	572	517	427	432	395	188
Севастополь	108	115	101	63	81	58	72	40

Источник⁴/ Source⁴

тернете [Čalić, Đurđanović, 2020]. В 2017 г. были разработаны Рекомендации для родителей (законных представителей) обучающихся общеобразовательных учреждений Санкт-Петербурга с целью защиты детей и подростков от преступных посягательств, совершаемых в сети «Интернет»⁶. Основные угрозы, согласно данным документа, исходят от сомнительных ссылок на видеосюжеты на сервисах YouTube, Яндекс.Видео, это попытки получения мошенниками информации от ребенка о месте жительства, материальном обеспечении, попытки вовлечения несовершеннолетнего в экстремистскую деятельность, попытки сбыта несовершеннолетним некачественных товаров (например, техники) и другие. Предусматривается подробный перечень опасных ситуаций, которые могут свидетельствовать о том, что с ребенком что-то произошло не так в интернет-пространстве, например, если у него изменилось поведение, появилась зависимость от устройств, зависимость от социальных сетей, наличие на теле порезов, ран и другое.

Для повышения медиаграмотности детей и подростков в Санкт-Петербурге разработано несколько видео уроков для разных возрастов:

- для детей возраста 6–10 лет: программа «Роскомнадзор. Советы по защите «персональных данных»⁷; мультсборник «Фиксы-советы. Осторожней в Интернете»⁸;
- для детей 11–17 лет: цикл коротких видеороков «Роскомнадзор. Защита персональных данных»⁹.

В целом, программа информационной безопасности несовершеннолетних обширна. Для оценки же результатов эффективности с начала ввода программы прошло еще недостаточно времени. В любом случае период в один год не может с точностью спрогнозировать – действенны ли все механизмы, заявленные в Плане мероприятий по обеспечению информационной безопасности

⁶ Правительство Санкт-Петербурга. Рекомендации для родителей (законных представителей) обучающихся общеобразовательных учреждений Санкт-Петербурга с целью защиты детей и подростков от преступных посягательств, совершаемых в сети «Интернет». Режим доступа: <http://shkola300.spb.ru/Roditelyam.pdf> (дата обращения: 21.01.2023).

⁷ YouTube. Роскомнадзор. Советы по защите персональных данных. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=WBEWgXrjjoQ> (дата обращения: 21.01.2023).

⁸ YouTube. Мультсборник «Фиксы-советы. Осторожней в Интернете». Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=TUodzCtBSWU> (дата обращения: 21.01.2023).

⁹ Образование Невского района Санкт-Петербурга. О проведении обучающих мероприятий направленных на обеспечение информационной безопасности несовершеннолетних. Режим доступа: <http://nevarono.spb.ru/roo/1-roo/29315-o-provedenii-obuchayushchikh-meropriyatij-napravlennykh-na-obespechenie-informatsionnoj-bezopasnosti-nesovershennoletnikh.html> (дата обращения: 21.01.2023).

детей, производства информационной продукции для детей и оборота информационной продукции в Санкт-Петербурге на 2021–2027 гг.

По отношению к общему количеству несовершеннолетних, проживающих в Санкт-Петербурге, процент несовершеннолетних, совершивших преступления в 2021 г., относительно невысок и составляет 0,04 % (табл.).

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ОТ ДЕСТРУКТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ В СЕВАСТОПОЛЕ

В Севастополе нет установленных нормативным актом субъекта на законодательном уровне мероприятий, программ политики в сфере информационной безопасности несовершеннолетних. В городе федерального значения с 2019 г. велись беседы о создании региональной модели защиты детства от информационных угроз. Уполномоченный по правам ребенка в Севастополе проводит встречи с Севастопольской региональной общественной организацией развития личности и семьи «Берегиня», которая тесно сотрудничает с Городским родительским комитетом Севастополя. Вышеуказанные организации являются заинтересованными лицами в развитии законодательства в области защиты несовершеннолетних в городе федерального значения.

В 2022 г. в Севастополе проводился региональный образовательный форум «Я в сети», в котором приняли участие более 250 школьников. Организаторами форума выступили студенты Севастопольского университета. Основная цель форума – повышение медиаграмотности подростков¹⁰.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

1. Города федерального значения, как и другие регионы, реализуют предоставленные им Конституцией Российской Федерации, Федеральными законами «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», и Федеральным законом «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» полномочия по нормативному регулированию общественных отношений, обеспечивающих защиту детей и подростков от деструктивного контента сети «Интернет». Основным способом реализации указанных полномочий является принятие специальных законов субъектов в данной сфере, соответствующих региональных программ или

¹⁰ Крым АиФ (Пятница 28 октября 2022). Форум по информационной безопасности «Я в сети». Режим доступа: https://krym.aif.ru/society/details/forum_po_informatsionnoj-bezopasnosti_ia_v_seti_prohodit_v_sevastopole. (дата обращения: 21.01.2023).

нормативно-правовых актов органов исполнительной власти субъектов.

2. Законодательное и нормативное регулирование субъектом указанных отношений носит преимущественно субсидиарный (дополнительный по отношению к федеральному регулированию указанных отношений) характер. При этом законодательное и нормативное регулирование указанных отношений каждым субъектом Российской Федерации, как это предполагает федеральный законодатель, должно обладать, и в некоторых случаях реально обладает, определенной спецификой.

3. Количество несовершеннолетних, совершающих преступления на территории того или

иного субъекта, является критерием, достоверно отражающим масштаб влияния деструктивного контента на несовершеннолетних в уголовно-превенционном аспекте. Указанный критерий объективно отражает социально и юридически значимую степень криминализации несовершеннолетних (совершивших преступления) и, одновременно, степень их декриминализации (несовершеннолетние, не совершившие преступления).

4. Одним из механизмов защиты несовершеннолетних от деструктивной информационной среды является повышение медиаграмотности. По-разному, но данные механизмы реализуются в проанализированных городах федерального значения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Богатырева Ю.И. (2013). Информационная безопасность школьников в образовательной среде: теория и практика высшей школы. Монография. Тула: ТулГУ. 160 с.

Богомаз О.В. (2021). Обеспечение информационной безопасности детей и молодежи: правовые, педагогические и психологические аспекты // *Право. Безопасность. Чрезвычайные ситуации*. № 3 (52). С. 35–41.

Власенко М.С. (2019). Обеспечение информационной безопасности несовершеннолетних в сети интернет: современное состояние и совершенствование правового регулирования // *Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева*. Т. 1, № 3. С. 98–105.

Гарас Л.Н. (2020). «Умный город»: особенности политического управления (на примере города федерального значения Севастополь) // *Общество: политика, экономика, право*. № 5 (82). С. 21–25. <http://dx.doi.org/10.24158/pep.2020.5.2>

Ережипалиев Д.И. (2018). Состояние законности в сфере защиты детей от насилия и суицидов // *Вестник Университета прокуратуры Российской Федерации*. № 5(67). С. 29–34.

Пахомова Н.М., Камолов С.Г., Павлюк А.В. (2018). Особенности городов федерального значения: пробелы законодательства // *Проблемы экономики и юридической практики*. № 4. С. 93–96.

Романова Е.Н. (2017). Современные средства обеспечения безопасности детей в киберпространстве // *Ученые записки ИУО РАО*. № 4 (64). С. 125–128.

Ćalić M., Đurđanović M. (2020). Family and its role in the cultivation and preservation of traditional folk music at junior primary school age // *International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education*. V. 8, no. 3. Pp. 103–112. <https://doi.org/10.23947/2334-8496-2020-8-3-103-112>

Romm T.A., Shisharina N.V. (2021). Hygienic assessment in the theory and practice of upbringing // *Education and Self Development*. V. 16, no. 3. Pp. 261–277. <https://doi.org/10.26907/esd.16.3.23>

Vargas Rubilar J., Lemos V., Richaud M.C. (2017). Programa de fortalecimiento parental en contextos de vulnerabilidad social: Una propuesta desde el ámbito escolar [Программа укрепления родительских прав в условиях социальной уязвимости: предложение со стороны школы] // *Interdisciplinaria Revista de Psicología y Ciencias Afines* [Междисциплинарный журнал психологии и смежных наук]. V. 34, no. 1. Pp. 157–172. (Исп. яз.).

REFERENCE

Bogatyreva Yu.I. (2013), *Information security of schoolchildren in the educational environment: theory and practice of higher education. Monograph [Informatsionnaya bezopasnost' shkol'nikov v obrazovatel'noi srede: teoriya i praktika vysshei shkoly. Monografiya]*, Tula State University Publ. House, Tula, Russia (in Russian).

Bogomaz O.V. (2021), “Ensuring information safety of children and young people: legal, psychological and educational aspects”, *Right. Safety. Emergency situations [Pravo. Bezopasnost'. Chrezvychainye situatsii]*, no. 3 (52), pp. 35–41 (in Russian).

Calic M., Djurdjanovic M. (2020), “Family and its role in the cultivation and preservation of traditional folk music at junior primary school age”, *International Journal of Cognitive Research in Science, Technology and Education*, vol. 8, no. 3, pp. 103–112, <https://doi.org/10.23947/2334-8496-2020-8-3-103-112>

Erezhipaliyev D.I. (2018), “Law and order situation in the protection of children from violence and suicide”, *Bulletin of the University of the Prosecutor's Office of the Russian Federation*, no. 5 (67), pp. 29–34 (in Russian).

- Garas L.N. (2020), “Smart city: The peculiarities of political management (the case of Sevastopol city), *Society: Politics, Economics, Law*, no. 5(82), pp. 21–25 (in Russian), <http://dx.doi.org/10.24158/pep.2020.5.2>
- Pakhomova N.M., Kamolov S.G., Pavlyuk A.V. (2018), “Features of federal values: gaps of legislation”, *Economic Problems and Legal Practice*, no. 4, pp. 93–96 (in Russian).
- Romanova E.N. (2017), “Modern means of ensuring the safety of children in cyberspace” [Sovremennye sredstva obespecheniya bezopasnosti detei v kiberprostranstve], *Scientific notes of the IUO RAO [Uchenye zapiski IUO RAO]*, no. 4 (64), pp. 125–128 (in Russian).
- Romm T.A., Shisharina N.V. (2021), “Hygienic assessment in the theory and practice of upbringing”, *Education and Self-development*, vol. 16, no. 3, pp. 261–277, <https://doi.org/10.26907/esd.16.3.23>
- Vargas Rubilar J., Lemos V., Risho M.K. (2017), “The program for strengthening parental rights in conditions of social vulnerability: a school environment proposal” [“Programa de fortalecimiento parental en contextos de vulnerabilidad social: Una propuesta desde el ámbito escolar”], *Interdisciplinary Journal of Psychology and Related Sciences [Interdisciplinaria Revista de Psicología y Ciencias Afines]*, vol. 34, no. 1, pp. 157–172, (in Spanish).
- Vlasenko M.S. (2019), “Information security of minors on the internet: state of the art and areas of improvement”, *Vestnik of Volzhsky University named after V.N. Tatishchev*, no. 3, pp. 98–105 (in Russian).

Higher education, internet usage, and Chinese female's identification with patriarchal perspective: An empirical analysis considering moderating effect

UDC 314.04 DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-1-79-88

Received 25.01.2023 Revised 28.02.2023 Accepted 14.03.2023

Jiacheng Gao

Postgraduate Student

ORCID: 0000-0003-2087-2212

E-mail: phs.gaoC@bsu.by

Belarusian State University, Minsk, Belarus

Yue Liu

Postgraduate Student

ORCID: 0000-0001-9330-8861

E-mail: phs.lyuYU@bsu.by

Belarusian State University, Minsk, Belarus

ABSTRACT

Based on data from a sample of 377 females in the 2018 Chinese General Social Survey, this study constructs a logit model considering moderating effect to estimate the effect of receiving higher education on the patriarchal perspective held by Chinese females, and examines the moderating effect of internet usage on the relationship between receiving higher education and the patriarchal perspective. As a result of the study, the authors came to the following conclusions. Firstly, receiving higher education will have a direct and significant improvement effect on the patriarchal perspective held by Chinese females, reducing their identification with the patriarchal perspective, especially for Chinese rural females. Secondly, internet usage will not directly have a significant effect on the patriarchal perspective held by Chinese females, but it will indirectly have a significant

moderating effect on the patriarchal perspective held by Chinese rural females by receiving higher education. The more frequently Chinese rural females use the Internet, the weaker the effect of receiving higher education on their patriarchal perspective. Ultimately, when Chinese rural females use the Internet very frequently, receiving higher education will make them identify with the patriarchal perspective. Thirdly, the act of marriage will significantly strengthen the identification with the patriarchal perspective for both Chinese urban and rural females. However, engaging in household investment activities will significantly reduce the patriarchal perspective of Chinese urban females, while Chinese rural females will only gradually identify more with the patriarchal perspective as they grow older.

Keywords

Higher education, internet usage, patriarchal perspective, Chinese urban female, Chinese rural female, logit model, moderating effect

For citation

Jiacheng Gao, Yue Liu (2023) Higher education, internet usage, and Chinese female's identification with patriarchal perspective: An empirical analysis considering moderating effect, *Digital Sociology*, vol. 6, no. 1, pp. 79–88. DOI: 10.26425/2658-347X-2023-6-1-79-88

© Jiacheng Gao, Yue Liu, 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Высшее образование, пользование сетью «Интернет» и отождествление китайских женщин с патриархальным укладом: эмпирический анализ с учетом эффекта модерации

Получено 25.01.2023

Доработано после рецензирования 28.02.2023

Принято 14.03.2023

Цзячэн Гао

Аспирант

ORCID: 0000-0003-2087-2212

E-mail: phs.gaoC@bsu.by

Белорусский государственный университет, г. Минск,
Республика Беларусь

Юэ Лю

Аспирант

ORCID: 0000-0001-9330-8861

E-mail: phs.lyuYU@bsu.by

Белорусский государственный университет, г. Минск,
Республика Беларусь

АННОТАЦИЯ

На основе данных выборки из 377 женщин, полученных в ходе Всеобщего социального исследования Китая 2018 г., в исследовании строится логит-модель с учетом эффекта модерации для оценки влияния получения высшего образования на патриархальную перспективу, которой придерживаются китайские женщины, и изучается эффект модерации использования сети «Интернет» на связь между получением высшего образования и патриархальной перспективой. Полученные результаты свидетельствуют, что во-первых, высшее образование оказывает прямое и значительное улучшающее воздействие на патриархальную перспективу, которой придерживаются китайские женщины, уменьшая их идентификацию с патриархальной перспективой, особенно для китайских сельских женщин. Во-вторых, использование сети «Интернет» не окажет прямого значительного влияния на патриархальную перспективу, которой придерживаются китайские женщины, но косвенно окажет значительное

модерирующее влияние на патриархальную перспективу, которой придерживаются китайские сельские женщины, благодаря получению высшего образования. Чем чаще китайские сельские женщины пользуются сетью «Интернет», тем слабее влияние получения высшего образования на их патриархальную перспективу. В конечном итоге, когда китайские сельские женщины очень часто пользуются сетью «Интернет», получение высшего образования заставит их идентифицировать себя с патриархальной перспективой. В-третьих, акт вступления в брак значительно усиливает идентификацию с патриархальной перспективой как у городских, так и у сельских женщин Китая. Однако участие в инвестиционной деятельности значительно снижает патриархальную перспективу у городских жительниц Китая, в то время как сельские жительницы Китая будут лишь постепенно отождествлять себя с патриархальной перспективой по мере взросления.

Ключевые слова

Высшее образование, использование сети «Интернет», патриархальная перспектива, китайские городские женщины, китайские сельские женщины, логит-модель, модерирующий эффект

Для цитирования

Цзячэн Гао, Юэ Лю. Высшее образование, пользование сетью «Интернет» и отождествление китайских женщин с патриархальным укладом: эмпирический анализ с учетом эффекта модерации // Цифровая социология. 2023. Т. 6, № 1. С. 79–88.

© Цзячэн Гао, Юэ Лю, 2023.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



INTRODUCTION

Patriarchal culture (The father is right in everything he says, and the females should obey all the father's arrangements completely), as the pillar culture in Chinese Male Power Culture, has long constrained the development of Chinese females, and it is urgent to study how to break the constraints of patriarchal culture on the development of Chinese females. Education, especially higher education, is usually regarded as an important way to receive advanced ideas and achieve intellectual liberation [Gao and Liu, 2021; Liu and Gao, 2021; Wang and Gao, 2021]. However, the correlation between higher education and the patriarchal perspective held by Chinese females has been relatively little studied in Chinese academia. In addition, it is also important to note that Chinese society has entered the digital era, and internet technology, as the underlying technology of various digital technologies, has profoundly changed the way of people's thinking and living [Gao, 2021a]. And some studies have shown that internet usage can significantly improve Chinese females' gender competence perspectives and gender division of labour bias [Gao, 2021b; Gao and Liu, 2022]. It is worth considering whether the Internet intensifies or inhibits the spread of patriarchal culture, a factor that few studies have taken into account when studying patriarchal culture in current Chinese academia. Therefore, in order to enrich the existing research results, this study builds a logit model considering the moderating effect to examine the effect of higher education on the patriarchal perspective held by Chinese females based on the Chinese General Social Survey data in 2018, and the moderating effect of internet usage on the relationship between higher education and the patriarchal perspective held by Chinese females is examined in order to provide suggestions for the effectiveness of promoting the liberal development of Chinese females.

RESEARCH METHODOLOGY

DATA SOURCES

The data for this study were obtained from Chinese General Social Survey (CGSS) in 2018. Designed and implemented by the National Survey and Research Center of Renmin University of China, the CGSS uses a multi-order stratified probability proportional to size (PPS) random sample covering 31 provinces, municipalities and autonomous regions in mainland China, systematically and comprehensively collecting data at multiple levels of society, households and individuals. The reasons for choosing to use the data from the 2018 CGSS for this study are threefold as follows.

Firstly, the 2018 CGSS is the newest data published so far. Secondly, the CGSS questionnaire consists of three parts, a fixed core module, a thematic module that is repeated

once every five years, and a random module for specific social phenomena. The random module of the 2018 CGSS, namely social perceptions, contains patriarchal perspective. Thirdly, CGSS has been widely used in various social sciences research, and more than 3,000 academic papers have been published based on CGSS.

Thus, the 2018 CGSS has considerable credibility. The authors of this study obtained the permission to download the data by filling out the CGSS data use application form online at the official website of CGSS (<http://cgss.ruc.edu.cn/xmjs/zzss.htm>), declaring which year of CGSS data they need to apply for and which study they intend to use the data for, and after the CGSS project team has approved the application.

Finally, after excluding invalid data and missing data according to the purpose of the study and variable settings, 377 valid samples were obtained in this study.

VARIABLE SETTINGS

Dependent variable. The dependent variable in this study is patriarchal perspective (PP). It was measured based on the corresponding question in the questionnaire, "In all cases, the father's authority in the home should be respected", the options for this question include "agree" and "disagree". "Agree" was assigned to 1, "disagree" was assigned to 0.

Independent variable. The independent variable in this study is higher education (HE). It was measured by the corresponding question in the questionnaire, "What is your current highest level of education?", the options for this question include "no education", "elementary school", "middle school", "high school", "junior college", "bachelor" and "master". Among them, "junior college", "bachelor" and "master" were assigned to 1, "no education", "elementary school", "middle school" and "high school" were assigned to 0.

Moderating variable. The moderating variable in this study is internet usage (IU). It was measured by the corresponding question in the questionnaire, "How often do you use the Internet?", the options for this question include "never", "rarely", "sometimes", "frequently" and "very frequently". Among them, "never" was assigned to 0, "rarely" was assigned to 1, "sometimes" was assigned to 2, "frequently" was assigned to 3, "very frequently" was assigned to 4.

Control variables. Based on the reference of existing studies [Gao, 2021b; Liu et al., 2021; Gao and Liu, 2022] and the actual design of CGSS, this study combines age (Age, actual age of the respondent female), household registration status (HRS, respondent female's household registration status, rural household = 1, urban household = 0), marital status (MS, respondent female's marital status, married = 1, unmarried = 0), annual labor income (ALI, actual annual labor income of respondent females), and household investment activities (HIA, whether

respondent females engage in household investment activities, yes = 1, no = 0) as control variables.

MODEL SETTING

Given that the dependent variable patriarchal perspective (PP) is a binary discrete variable, this study builds a logit model to more accurately estimate the effect of receiving higher education on the patriarchal perspective held by the respondent females, and introduces product term for the independent variable higher education (HE) and the moderating variable internet usage (IU) to examine whether internet usage (IU) moderates the relationship between higher education (HE) and patriarchal perspective (PP), the model is set as follows:

$$PP_i = \beta_0 + \beta_1 \cdot HE_i + \beta_2 \cdot IU_i + \beta_3 \cdot PT_i + PT_i + \beta_4 \cdot Age_i + \beta_5 \cdot HRS_i + \beta_6 \cdot MS_i + \beta_7 \cdot ALI_i + \beta_8 \cdot HIA_i + \mu_i$$

In the above equation, PP_i , HE_i , IU_i , PT_i , Age_i , HRS_i , MS_i , ALI_i and HIA_i respectively represent the i -th respondent female’s patriarchal perspective, higher education, internet usage, product term for higher education and internet usage, household registration status, marital status, annual labor income and household investment activities. β_1 , β_2 , β_3 , β_4 , β_5 , β_6 , β_7 and β_8 respectively represent the regression coefficients of each of these variables. β_0 and μ_i respectively represent the constant term and the random interference term.

EMPIRICAL ANALYSIS

BENCHMARK DESCRIPTIVE STATISTICS

The benchmark descriptive statistical analysis of the above variables was completed using the software Stata 16.0 (SE) by invoking the command “sum”, and the results are presented in Table 1. The statistics result shows that in terms of the dependent variable, the mean value of patriarchal perspective (PP) is 0.897, indicating that

89.7 % of the respondent females agree with the patriarchal perspective, and the respondent females has a higher overall identification with the patriarchal perspective. In terms of the independent variable, the mean value of higher education (HE) is 0.162, indicating that 16.2 % of the respondent females has received higher education, and the overall education level of respondent females is higher. In terms of the moderating variable, the mean value of internet usage (IU) is 2.570, indicating that the overall frequency of internet usage by respondent females is between sometimes and frequently.

In terms of the control variables, the mean value of age is 45.101 years, indicating that respondent females are mostly middle-aged females. The mean value of household registration status (HRS) is 0.576, indicating that 57.6 % of respondent females hold rural household registration and 42.4 % of respondent females hold urban household registration. The majority of respondent females are from rural areas. The mean value of marital status (MS) is 0.798, indicating that 79.8 % of the respondent females have been married and most of the respondent females have started a family. The average value of annual labor income (ALI) is 25,747.905 yuan (RMB), indicating that the overall salary income of respondent females is relatively low and the overall personal financial situation is not ideal. The mean value of household investment activity (HIA) is 0.111, indicating that 11.1 % of the respondent females have engaged in household investment activities, and the overall percentage of respondent females engage in household investment activities is relatively low.

BENCHMARK LOGIT ESTIMATION ANALYSIS

In this study, the benchmark logit estimation analysis was completed using the software Stata 16.0 (SE) by invoking the commands “logit” and “margins”, and the results are presented in Table 2.

Table 1. Benchmark descriptive statistics for each variable

Variables	Sample size	Mean value	Standard deviation	Minimum value	Maximum value
PP	377	0.897	0.305	0	1
HE	377	0.162	0.369	0	1
IU	377	2.570	1.490	0	4
Age	377	45.101	15.306	19	81
HRS	377	0.576	0.495	0	1
MS	377	0.798	0.402	0	1
ALI	377	25,747.905	49,428.782	0	500,000
HIA	377	0.111	0.315	0	1

Note: PP – patriarchal perspective, HE – higher education, IU – internet usage, HRS – household registration status, MS – marital status, ALI – annual labor income, HIA – household investment activity
 Compiled by the authors on the materials of the study

Table 2. Logit estimation results of patriarchal perspective for all respondent females

PP	Coefficient	Z-Value	Average marginal effect	Z-Value
HE	-5.282** (2.470)	-2.14	-0.400** (0.187)	-2.14
IU	-0.081 (0.169)	-0.48	-0.006 (0.013)	-0.47
PT	1.357** (0.669)	2.03	0.103** (0.051)	2.02
Age	1.826** (0.733)	2.49	0.138** (0.053)	2.60
HRS	0.943** (0.415)	2.27	0.071** (0.031)	2.28
MS	1.414*** (0.405)	3.49	0.107*** (0.030)	3.56
ALI	0.027 (0.039)	0.68	0.002 (0.003)	0.68
HIA	1.149** (0.567)	2.03	-0.087** (0.042)	-2.08
Constant	5.614* (3.064)	-1.83	-	-
Pseudo R2, %	20.23			
Sample Size	377			

Note: *** represents $p < 0.01$; ** represents $p < 0.05$; * represents $p < 0.1$. Numbers in parentheses are standard errors. PP – patriarchal perspective, HE – higher education, IU – internet usage, HRS – household registration status, MS – marital status, ALI – annual labor income, HIA – household investment activity

Compiled by the authors on the materials of the study

Table 2 reports the results of the logit estimation of patriarchal perspective (PP) for all respondent females and the mean marginal effects generated by each variable. The estimation results show that in terms of the independent variable and the moderating variable, higher education (HE) has a significant negative effect on PP at the 5 % significance level, indicating that receiving higher education will significantly reduce respondent females' identification with patriarchal perspective. While internet usage (IU) itself do not directly have a significant effect on PP, product term (PT) of internet usage (IU) and higher education (HE) has a significant positive effect on the 5 % significance level, indicating that internet usage (IU) had a significant moderating effect on the relationship between higher education (HE) and patriarchal perspective (PP).

Specifically, when the respondent females never use the internet, higher education (HE) produces an average marginal effect of -0.400 on their patriarchal perspective (PP), receiving higher education will decrease the respondent females' identification with patriarchal views by 0.400. When respondent females rarely use the Internet, HE has an average marginal effect of -0.297 on their patriarchal perspective (PP), receiving higher education will decrease the respondent females' identification with the patriarchal perspective by 0.297. When respondent females sometimes use the Internet, higher education (HE) has an average marginal effect of 0.195 on their PP, receiving higher education will decrease the respondent females' identification with the patriarchal perspective by 0.195. When respondent females frequently use the Internet, higher education (HE) has an average marginal effect of -0.092 on their PP, receiving higher education will decrease the respondent females' identification with the patriarchal perspective by 0.092. When respondent

females very frequently use the Internet, higher education (HE) has an average marginal effect of 0.011 on their PP, receiving higher education will increase the respondent females' identification with the patriarchal perspective by 0.011.

Using the software Excel to plot Figure 1 based on the above calculations reveals that the improvement effect of receiving higher education on the patriarchal perspective held by respondent females continues to diminish as the frequency of internet usage of respondent females increases. Especially when the frequency of internet usage by respondent females reaches very frequently, receiving higher education may even strengthen respondent females' identification with the patriarchal perspective. The reason for this phenomenon is probably that the current "opinion leaders" and "gatekeepers" in cyberspace are more often males. For example, the CEOs (Chief Executive Officers) of relatively unisex social media software such as Google, Twitter and MicroBlog are mostly males, while the CEOs of very male social media software such as TianYa, Zhihu and HUPU are completely controlled by males, and even the CEOs of social media software with distinctly female characteristics such as Little Red Book are also males. When males are the dominant group in cyberspace, they will take a series of actions to maintain their dominance, spreading patriarchal perspective is an effective way to do so. With the help of internet technology, the spread of patriarchal perspective will be strengthened, especially when the "opinion leaders" and "gatekeepers" are also mostly males. Females are likely to be gradually influenced by the patriarchal perspective widely disseminated in cyberspace in the process of using the Internet, so that the improvement effect of receiving higher education on their

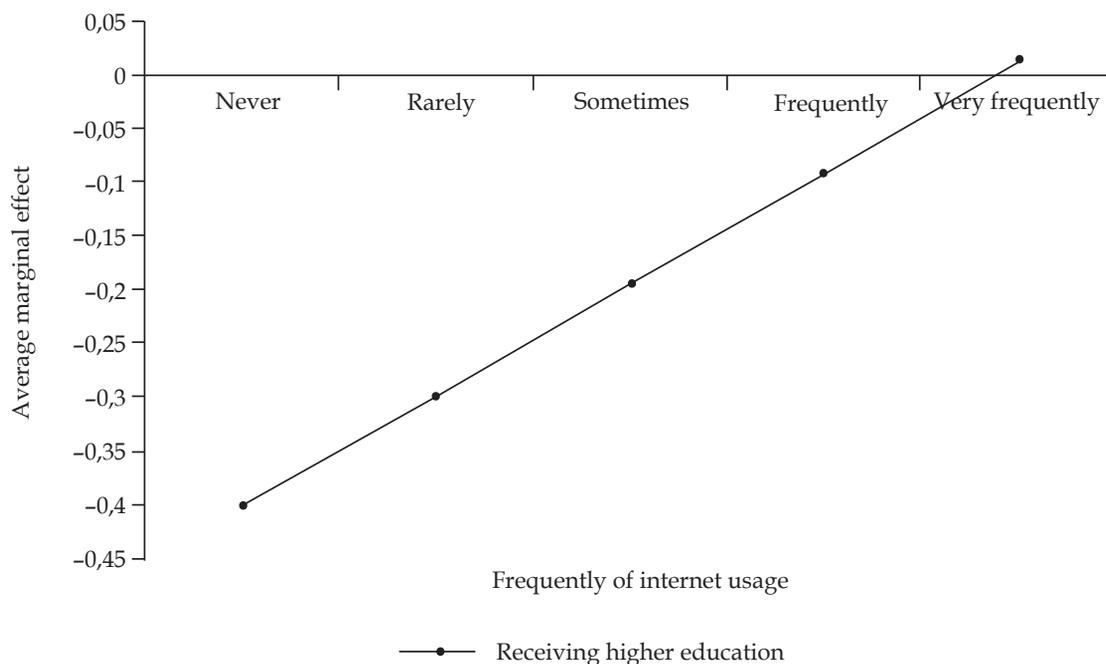
patriarchal perspective identification is constantly weakened, and eventually females identify with the patriarchal perspective.

In terms of the control variables, Age, HRS and MS have significant positive effects on PP at 5 %, 5 % and 1 % significance levels, respectively, indicating that as the respondent females grow older and her family is formed, her identification with patriarchal perspective will be strengthened, especially for respondent females in rural areas. It should be noted that HIA has a significant negative effect on PP at the 5 % significance level, indicating that respondent females' engaging in household investment activities will significantly reduce respondent females' identification with patriarchal perspective.

HETEROGENEOUS DESCRIPTIVE STATISTICS

Considering the obvious urban-rural differences in Chinese society, this study further analyzes the respondent females sample statistically according to household registration status by using the software SPSS 23.0 (independent samples t-test), and the result of the statistical analysis is represented in Table 3.

The statistical result shows that in terms of the dependent variable, the mean values of PP for urban and rural respondent females are 0.844 and 0.935, respectively, indicating that 84.4 % of urban respondent females identifies with patriarchal perspective. Although both urban and rural respondent females have a higher level of identification with the patriarchal perspective, urban respondent females still have a significantly lower level of identification with the patriarchal perspective than rural respondent females. The result of the Levene's variance equivalence test (hereafter referred to as the test result) indicates that the difference is statistically significant at the 1 % level of significance. In terms of the independent variables, the mean values of HE for urban and rural respondent females are 0.269 and 0.083, respectively, indicating that 26.9 % of urban respondent females has received higher education, while only 8.3 % of rural respondent females has received higher education. There is a significant urban-rural difference between urban respondent females and rural respondent females, and the test result shows that the difference is statistically significant at the 1 % level of significance.



Compiled by the authors on the materials of the study

Fig. 1. Effect of higher education on the patriarchal perspective of all respondent females

Table 3. Statistical Analysis of Each Variable for Urban and Rural Respondent Females

Variables	Means of urban respondent females	Means of rural respondent females	Mean difference (urban minus rural)	Levene's equivalence of variances test
PP	0.844 (0.364)	0.935 (0.246)	-0.091	35.462***
HE	0.269 (0.445)	0.083 (0.276)	0.186	110.068***
IU	2.813 (1.370)	2.392 (1.551)	0.421	14.000***
Age	48.963 (15.749)	42.253 (14.354)	6.710	3.619*
MS	0.719 (0.451)	0.857 (0.351)	-0.138	44.435***

End of Table 3

Variables	Means of urban respondent females	Means of rural respondent females	Mean difference (urban minus rural)	Levene's equivalence of variances test
ALI	32,850.625 (59094.479)	20,510.876 (40217.495)	12,339.749	8.903***
HIA	0.181 (0.386)	0.060 (0.238)	0.121	61.266***
Sample Size	160	217	-57	-

Note: *** represents $p < 0.01$; ** represents $p < 0.05$; * represents $p < 0.1$. Numbers in parentheses are standard deviation. PP – patriarchal perspective, HE – higher education, IU – internet usage, HRS – household registration status, MS – marital status, ALI – annual labor income, HIA – household investment activity

Compiled by the authors on the materials of the study

In terms of the moderating variable, the mean values of IU for urban and rural respondent females are 2.813 and 2.392, respectively, indicating that urban respondent females mostly use the Internet sometimes, while rural respondent females mostly use the Internet rarely, the frequency of Internet usage among rural respondent females is significantly lower than that of urban respondent females, there is a significant urban-rural difference between them, and the test result shows that the difference is statistically significant at the 1 % level of significance.

In terms of the control variables, the mean values of age for urban and rural respondent females are 48.963 and 42.253 years, respectively, indicating that although both urban respondent females and rural respondent females are predominantly middle-aged, urban respondent females are significantly older compared to rural respondent females. And the test result shows that the difference is statistically significant at the 10 % level of significance. The mean values of MS for urban and rural respondent females are 0.719 and 0.857, respectively, indicating that 71.9 % of urban respondent females have been married, while the married rate of rural respondent females reaches 85.7 %. The married rate of urban respondent females is significantly lower than that of rural respondent females, there is a significant urban-rural difference between them, and the test result show that the difference is statistically significant at the 1 % level of significance. The mean values of ALI for urban and rural respondent females are 32,850.625 yuan (RMB) and 20,510.876 yuan (RMB), respectively, indicating that the wage income of urban respondent females is significantly higher than

that of rural respondent females, there is a significant urban-rural difference between them, and the test result shows that this difference is statistically significant at 1 % level of significance. The mean values of HIA for urban and rural respondent females are 0.181 and 0.060, respectively, indicating that 18.1 % of urban respondent females have engaged in household investment activities, while the engagement rate of rural respondent females is only 6.0 %. The proportion of urban respondent females engaged in household investment activities is significantly higher than that of rural respondent females, there is a significant urban-rural difference between them, and the test result shows that the difference is statistically significant at the 1 % level of significance.

HETEROGENEOUS LOGIT ESTIMATION ANALYSIS

The above heterogeneous descriptive statistical analysis shows that there are significant urban-rural differences in a series of characteristic variables including dependent, independent, moderating, and control variables between urban respondent females and rural respondent females. It is worth considering whether higher education (HE) and internet usage (IU) have a different impact on the patriarchal perspective (PP) held by urban respondent females and rural respondent females. For this reason, this study further uses the software Stata 16.0 (SE) to invoke the commands “logit” and “margins” to estimate the respondent females in groups according to household registration status, the estimation results and the average marginal effects generated by each variable are presented in Table 4.

Table 4. Logit estimation results of patriarchal perspective for urban and rural respondent females

PP	Urban respondent females		Rural respondent females	
	Coefficient	Average marginal effect	Coefficient	Average marginal effect
HE	-3.842* (2.204)	-0.414* (0.238)	-60.346*** (5.839)	-2.769*** (0.622)
IU	-0.019 (0.237)	-0.002 (0.026)	-0.056 (0.208)	-0.003 (0.009)
PT	0.761 (0.603)	0.082 (0.065)	19.656*** (1.816)	0.902*** (0.204)
Age	1.460 (0.977)	0.157 (0.100)	2.351*** (0.887)	0.108*** (0.046)
MS	1.228** (0.481)	0.132** (0.050)	2.117*** (0.712)	0.097*** (0.031)

End of Table 4

PP	Urban respondent females		Rural respondent females	
	Coefficient	Average marginal effect	Coefficient	Average marginal effect
ALI	0.049 (0.050)	0.005 (0.006)	-0.047 (0.063)	-0.002 (0.003)
HIA	-1.129* (0.642)	-0.122* (0.065)	-1.684 (1.078)	-0.077 (0.048)
Constant	-4.170 (4.074)	-	-6.777* (3.530)	-
Pseudo R2, %	17.80		27.92	
Sample Size	160		217	

Note: *** represents $p < 0.01$; ** represents $p < 0.05$; * represents $p < 0.1$. Numbers in parentheses are standard errors. PP - patriarchal perspective, HE - higher education, IU - internet usage, PT - product term, MS - marital status, ALI - annual labor income, HIA - household investment activity
 Compiled by the authors on the materials of the study

The estimation results show that in terms of the independent variable and moderating variable, HE has a direct negative effect on PP held by urban and rural respondent females at the 10 % and 1 % significance levels, respectively, indicating that no matter both urban respondent females or rural respondent females, receiving higher education will significantly reduce their identification with the patriarchal perspective. However, the direct effect of receiving higher education on the patriarchal perspective held by rural respondent females is significantly greater than that of urban respondent females, and the result of the coefficient difference test also supports this conclusion (Table 5, calculated by invoking the command “bdiff” using the software Stata 16.0 (SE)), which is likely because the overall acceptance rate of higher education among rural respondent females is relatively low, the improvement effect of receiving higher education on the patriarchal perspective held by rural respondent females is still at the stage of increasing marginal gains, while the overall acceptance rate of higher education among urban respondent females is relatively high and the improvement effect of receiving higher education on the patriarchal perspective held by urban respondent females is likely to have entered the stage of decreasing marginal gains. In addition, the effect of IU on PP held by urban and rural respondent females is also highly different, although IU do not have a significant direct effect on PP held by both urban and rural respondent

females. However, IU has a significant moderating effect on the relationship between HE and PP held by rural respondent females, but not on the relationship between Higher Education HE and PP held by urban respondent females. The coefficient difference test also supported this finding (Table 5, calculated by invoking the command “bdiff” using the software Stata 16.0 (SE)).

Specifically, the average marginal effect of HE on the PP held by urban respondent females is -0.414, receiving higher education will directly decrease the urban respondent females’ identification with the patriarchal perspective by 0.414. While the average marginal effect of HE on the PP held by rural respondent females is moderated by IU. Specifically, when the rural respondent females never use the Internet, higher education (HE) produces an average marginal effect of -2.769 on their patriarchal perspective (PP), receiving higher education will decrease the rural respondent females’ identification with patriarchal views by 2.769. When the rural respondent females rarely use the Internet, higher education (HE) produces an average marginal effect of -1.867 on their patriarchal perspective (PP), receiving higher education will decrease the rural respondent females’ identification with patriarchal views by 1.867. When the rural respondent females sometimes use the Internet, higher education (HE) produces an average marginal effect of -0.965 on their patriarchal perspective (PP), receiving higher education will decrease the rural respondent females’ identification with patriarchal views by 0.965.

Table 5. Coefficient differences test

PP	Coefficient Urban- Coefficient Rural	P-Value
HE	56.503**	0.020
IU	0.037	0.440
PT	-18.895***	0.000

Note: *** represents $p < 0.01$; ** represents $p < 0.05$; * represents $p < 0.1$. HE - higher education, IU - internet usage, PT - product term
 Compiled by the authors on the materials of the study

When the rural respondent females frequently use the Internet, higher education (HE) produces an average marginal effect of -0.063 on their patriarchal perspective (PP), receiving higher education will decrease the rural respondent females' identification with patriarchal views by 0.063 . When the rural respondent females very frequently use the Internet, higher education (HE) produces an average marginal effect of 0.839 on their patriarchal perspective (PP), receiving higher education will increase the rural respondent females' identification with patriarchal views by 0.839 .

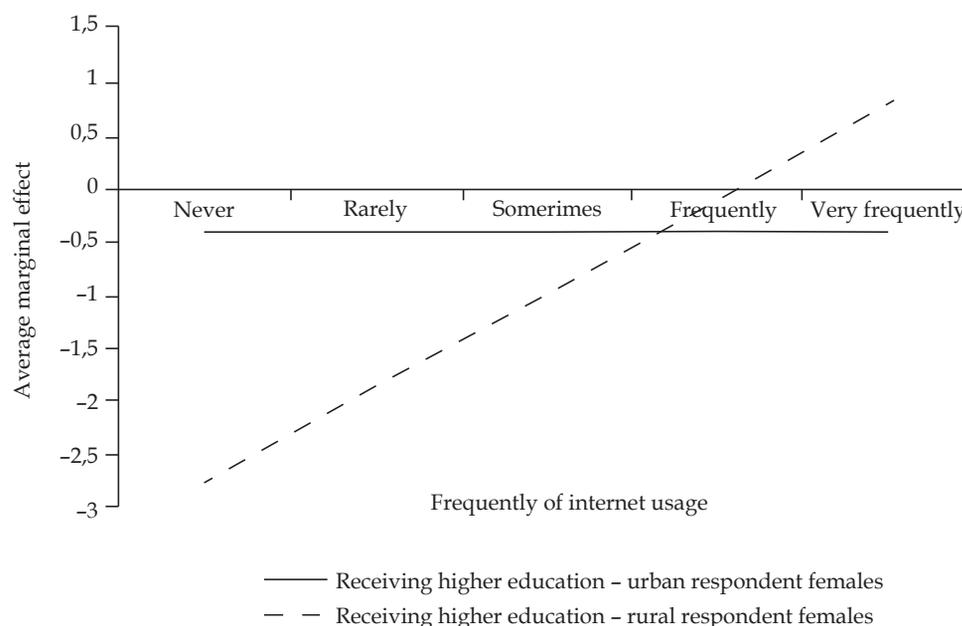
Using the software Excel to plot Figure 2 based on the above calculations reveals that under the guidance of male "opinion leaders" and "gatekeepers" and with the powerful communication ability of internet technology, the communication of patriarchal perspective will be further strengthened, while the acceptance rate of higher education among rural respondent females is relatively low, their cognitive ability is relatively undeveloped. In addition, as a whole seldom use the Internet, the Internet is still a novelty to rural respondent females, and the use of the Internet will have a strong impact on rural respondent females, thus weakening the effect of receiving higher education on improving the patriarchal perspective held by rural respondent females, and even eventually making rural respondent females submit to the patriarchal perspective that is widely spread in cyberspace. However, the use of the Internet does not significantly affect the patriarchal perspective held by urban respondent females, most likely because, on the one hand, the acceptance rate of higher education among urban respondent females has been relatively high overall, and their cognitive abilities are relatively mature, so they can effectively

resist the spread of the patriarchal perspective in cyberspace and are not affected by it. On the other hand, the Internet is no longer a novelty to urban respondent females, and its usage does not have a strong impact on urban respondent females. Therefore, receiving higher education is still sustainable and effective in reducing urban respondent females' identification with the patriarchal perspective.

In terms of the control variables, marital status (MS) and household investment activities (HIA) have significant positive and negative effects on patriarchal perspective (PP) held by urban respondent females at the 5 % and 10 % significance levels, respectively, indicating that with the formation of a family, urban respondent females will identify with the patriarchal perspective step by step. However, engaging in household investment activities can reduce their identification with the patriarchal perspective. Both age and marital status (MS) have a significant positive effect on patriarchal perspective (PP) held by rural respondent females at the 1 % significance level, indicating that rural respondent females' identification with patriarchal perspective will be strengthened as they grow older and as their families' form.

CONCLUSIONS

The study finds that firstly, receiving higher education will directly and significantly reduce the patriarchal perspective of both urban and Chinese rural females, and will have a more significant effect on the improvement of the patriarchal perspective of Chinese rural females. Secondly, internet usage will not directly have a significant effect on the patriarchal perspective held by Chinese urban and rural females, but internet usage



Compiled by the authors on the materials of the study

Figure 2. Effects of higher education on the patriarchal perspective of urban and rural respondent females

will significantly moderate the relationship between receiving higher education and the patriarchal perspective held by Chinese rural females. Specifically, internet usage will weaken the effect of receiving higher education on the patriarchal perspective held by Chinese rural females, and the effect will decrease as the frequency of internet usage increase, and eventually, when Chinese rural females' use of the Internet reach very frequent, receiving higher education will strengthen their patriarchal perspective. Thirdly, the act of marriage will significantly increase Chinese urban and rural females' identification with the patriarchal perspective, but engaging in household investment activities will significantly improve the patriarchal perspective held by Chinese urban females, while Chinese rural females will only gradually identify more with the patriarchal perspective as they grow older.

The above findings suggest that although higher education can significantly reduce rural Chinese females' identification with patriarchal perspective, because Chinese society has entered the digital age and the males have become more of the "opinion leaders" in the digital cyberspace, internet usage can significantly reduce

the improvement effect of higher education on rural Chinese females' identification with patriarchal perspective. Especially when Chinese rural females use the Internet very frequently, internet usage completely reverses the improvement effect of higher education on Chinese rural females' identification with patriarchal perspective, higher education instead strengthens Chinese rural females' identification with patriarchal perspective. However, internet usage does not significantly affect the improvement effect of higher education on Chinese urban females' identification with patriarchal perspective, higher education continues to significantly reduce Chinese urban females' identification with patriarchal perspective. Chinese governmental departments should focus on the widespread spread of patriarchal perspective in digital cyberspace, appropriately reduce the proportion of males among "opinion leaders" and allow more females to speak out, in order to keep digital cyberspace as neutral as possible. In addition, since rural areas in China are most influenced by the old feudal system, Chinese government departments should also focus on the cultivation of females' attitudes in rural areas to cut off the spread of patriarchal perspective from the source.

REFERENCES

- Gao J.C. and Liu Y. (2021), "Research on input-output efficiency of junior high school: A case study of DEA-OLS model", *Journal of Physics: Conference Series*, vol. 1955, no. 1, pp. 012121, <http://dx.doi.org/10.1088/1742-6596/1955/1/012121>
- Gao J.C. [高嘉诚] (2021a), "Impact of internet usage on gender wage earnings distribution: An empirical analysis based on CGSS data" [互联网使用情况对性别工资收入分配的影响—基于CGSS数据的实证分析], *Journal of Fujian Agriculture and Forestry University (Philosophy and Social Science Edition)* [福建农林大学学报(哲学社会科学版)], vol. 24, no. 4, pp. 81–91, <http://dx.doi.org/10.13322/j.cnki.fjsk.2021.04.010> (In Chinese).
- Gao J.C. [高嘉诚] (2021b), "Whether internet usage in the context of the digital age is conducive to improving stereotypical gender perspectives: an empirical analysis based on the China Integrated Social Survey" [数字时代背景下互联网的使用是否有利于改善陈旧的性别观点—基于中国综合社会调查的经验分析], *Statistics and Management* [统计与管理], vol. 36, no. 10, pp. 83–88, <http://dx.doi.org/10.13322/10.16722/j.issn.1674-537x.2021.10.013> (In Chinese).
- Gao J.C. and Liu Y. (2022), "The influence of internet usage on gender division of labour bias: evidence from Chinese General Social Survey Data", *Human Behavior and Emerging Technologies*, art. num. 6948934, <https://doi.org/10.1155/2022/6948934>
- Liu Y. and Gao J.C. (2021), "The impact of home computer and internet device on students' academic performance in the digital age", *7th International Conference on Social Science and Higher Education (ICSSHE 2021)*, pp. 16–21, <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211122.048>
- Liu Y., Gao J.C. and Wang R.X. [刘钥, 高嘉诚, 王若璇] (2022), "The impact of internet usage on the gender wage gap of employees in private companies in the context of the digital economy: Analysis based on the differentiated characteristics of employees' education levels" [数字经济背景下互联网的使用对民营企业员工性别工资差距的影响—基于员工受教育层次差异化特征的分析], *Science Technology and Industry* [科技与产业], vol. 22, no. 1, pp. 97–102, (In Chinese).
- Wang Z.X. and Gao J.C. (2021), "Efficiency measurement and improvement suggestions of urban and rural compulsory education resources", *7th International Conference on Social Science and Higher Education (ICSSHE 2021)*, pp. 44–48, <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211122.053>