

Главный редактор: О.В. Крыштановская, д-р социол. наук, проф.
E-mail: olgakrysht@ya.ru

Заместитель главного редактора: И.В. Грошев, д-р психол. наук, д-р экон. наук, проф.
E-mail: aus_tgy@mail.ru

Ответственный секретарь: С.А. Гришаева, канд. психол. наук, доцент
E-mail: grishaeva@bk.ru

Ответственный за выпуск: Л.Н. Алексеева
E-mail: ln_alekseeva@guu.ru

Редактор: Е.В. Таланцева
E-mail: ev_talantseva@guu.ru

Редактор перевода: А.В. Меньшиков
E-mail: av_menshikov@guu.ru

Выпускающий редактор и компьютерная верстка: Е.А. Малыгина
E-mail: ea_malygina@guu.ru

Технический редактор: О.А. Десятрёва
E-mail: oa_degtyareva@guu.ru

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Федоров В.В. – канд. полит. наук, председатель Редакционной коллегии (Всероссийский центр изучения общественного мнения, г. Москва, Россия)

Василенко Л.А. – д-р социол. наук, проф. (Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия)

Викторов И. – д-р филос. наук (Стокгольмский университет, г. Стокгольм, Швеция)

Гришаева С.А. – канд. психол. наук, доцент (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Грошев И.В. – д-р психол. наук, д-р экон. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Зотов В.В. – д-р социол. наук, проф. (Курская академия государственной и муниципальной службы, г. Курск, Россия)

Кастуева-Жан Т. – PhD (Институт международных отношений, г. Париж, Франция)

Кибакин М.В. – д-р социол. наук, проф. (Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия)

Красовский Ю.Д. – д-р социол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Крыштановская О.В. – д-р социол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Мещерякова Н.Н. – д-р социол. наук, проф. (Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия)

Новиков В.Г. – д-р социол. наук, д-р экон. наук, проф. (Российская академия наук, г. Москва, Россия)

Смирнова Т.В. – д-р социол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Стемпень-Кучинска Алиция – д-р полит. наук, проф. (Лодзинский университет, г. Лодзь, Польша)

Сулаков Б.А. – д-р социол. наук, канд. техн. наук, проф. (Институт мировых цивилизаций, г. Москва, Россия)

Фролов С.С. – д-р социол. наук, проф. (Московский государственный институт международных отношений (Университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации), г. Москва, Россия)

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 Интернета 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.

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.



Издается в авторской редакции

Ответственность за сведения, представленные в издании, несут авторы

Все публикуемые статьи прошли обязательную процедуру рецензирования

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

Подписной индекс в электронном каталоге ОАО Агентство «Роспечать» – Я6145
<https://press.rospress.ru/publications/view/%D0%AF6145/>

Подп. в печ. 31.12.2019 г.
Формат 60×90/8
Объем 5,25 печ. л.
Тираж 1000 экз.
(первый завод 100 экз.)
Заказ № 1383

Издательство: Издательский дом ГУУ
(Государственный университет управления)

Адрес редакции: 109542, г. Москва, Рязанский проспект, д. 99, главный учебный корпус, кабинеты 346 и 345А.

Тел.: +7 (495) 377-90-05

E-mail: ic@guu.ru

Editor-in-chief: O.V. Kryshantovskaya, Doctor of Sociological Sciences, professor
E-mail: olgakryshnt@ya.ru

Deputy-editor-in-chief: I.V. Groshev, Doctor of Psychological Sciences, Doctor of Economic Sciences, prof.
E-mail: aus_tgy@mail.ru

Executive Secretary: S.A. Grishaeva, Candidate of Psychological Sciences, associate professor
E-mail: grishaeva@bk.ru

Responsible for issue: L.N. Alekseeva
E-mail: ln_alekseeva@guu.ru

Editor: E.V. Talantseva
E-mail: ev_talantseva@guu.ru

Translation editor: A.V. Menshikov
E-mail: av_menshikov@guu.ru

Executive editor and desktop publishing: E.A. Malygina
E-mail: ea_malygina@guu.ru

Technical editor: O.A. Degtyareva
E-mail: oa_degtyareva@guu.ru

EDITORIAL BOARD

Fedorov V.V. – Candidate of Political Sciences, chairman of the Editorial board (Russian Public Opinion Research, Moscow, Russia)

Vasilenko L.A. – Doctor of Sociological Sciences, prof. (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia)

Viktorov I. – PhD (Stockholm University, Stockholm, Sweden)

Grishaeva S.A. – Candidate of Psychological Sciences, associate professor (State University of management, Moscow, Russia)

Groshev I.V. – Doctor of Psychological Sciences, Doctor of Economic Sciences, prof. (State University of Management, Moscow, Russia)

Zotov V.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof. (Kursk Academy of State and Municipal Service, Kursk, Russia)

Kastouéva-Jean T. – PhD (IFRI, Paris, France)

Kibakin M.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof. (Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia)

Krasovskii Yu.D. – Doctor of Sociological Sciences, prof. (State University of Management, Moscow, Russia)

Kryshantovskaya O.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof. (State University of Management, Moscow, Russia)

Meshcheryakova N.N. – Doctor of Sociological Sciences, prof. (Transbaikal State University, Chita, Russia)

Novikov V.G. – Doctor of Sociological Sciences, Doctor of Economic Sciences, prof. (Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia)

Smirnova T.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof. (State University of Management, Moscow, Russia)

Stempen'-Kuchinska Alitsiya – PhD, prof. (University of Lodz, Lodz, Poland)

Suslakov B.A. – Doctor of Sociological Sciences, Candidate of Technical Sciences, prof. (Institute of world civilizations, Moscow, Russia)

Frolov S.S. – Doctor of Sociological Sciences, prof. (MGIMO University, Moscow, Russia)

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.

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.



Published in author's edition

The authors are responsible for the information presented in the publication

All published articles have undergone a mandatory review procedure

Certificate of registration of mass media dated 24.08.2018
ПИ № ФС 77-73528

Subscription index in the electronic catalog of JSC Agency «Rospechat» – Я6145
<https://press.rospr.ru/publications/view/%D0%AF6145/>

Signed to print 31.12.2019
Format 60×90/8
Size 5,25 printed sheets
Circulation 1000 copies
(the first factory 100 copies)
Print order № 1383

Publishing: Publishing house of the State University of Management

Editor's office: 109542, Russia, Moscow, Ryazanskii Prospect, 99, State University of Management, the main academic building, office 346 and 345A

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

E-mail: ic@guu.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ЦИФРОВАЯ СОЦИОЛОГИЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

Коммуникативные практики молодежи в социальных сетях	4
<i>Гришаева С.А., Ключаев К.В.</i>	
Гендерный аспект формирования имиджа в современном информационном обществе	10
<i>Юшкина Н.А.</i>	

ЦИФРОВАЯ СРЕДА

Становление российской магистратуры: как реализуются запросы цифровой экономики в образовательном процессе	16
<i>Воеводина Е.В.</i>	
Социальная диагностика информационной безопасности цифрового социума: методологические и нормативно-правовые аспекты	25
<i>Кибакин М.В.</i>	
Изучение социальных представлений об Армении с применением цифровых технологий	33
<i>Комарова А.А.</i>	

CONTENTS

DIGITAL SOCIOLOGY: RESEARCH DIRECTIONS

Communicative practices of young people in social networks	4
<i>Grishaeva S.A., Klyuvaev K.V.</i>	
The gender aspect of image formation in the modern information society	10
<i>Yushkina N.A.</i>	

DIGITAL ENVIRONMENT

Formation of Russian magistracy: implementation of the digital economy requests in the educational process	16
<i>Voevodina E.V.</i>	
Social diagnostics of information security of digital society: methodological and regulatory aspects	25
<i>Kibakin M.V.</i>	
The study of social perceptions about Armenia by digital technologies	33
<i>Komarova A.A.</i>	

ЦИФРОВАЯ СОЦИОЛОГИЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

Коммуникативные практики молодежи в социальных сетях

УДК 316.77 DOI 10.26425/2658-347X-2019-3-4-9

Получено 20.09.2019 Одобрено 21.11.2019 Опубликовано 31.12.2019

Гришаева Светлана Алексеевна

Канд. психол. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-8381-0513

E-mail: grishaeva@bk.ru

Клюваев Кирилл Валерьевич

Ассистент отдела медиапланирования рекламы на ТВ, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-2760-638X

E-mail: saveme.bm47@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Современная молодежь все чаще проводит свое время в социальных сетях, которые используются ими в качестве места для дружеского общения, проведения досуга, совершения покупок, пространства для профессионального становления и т.п. В процессе взаимодействия молодые люди в социальных сетях применяют различные коммуникативные практики, основные из которых приведены в статье.

Описаны основные функции социальных сетей, специфика и классификация пользовательских сообществ, их влияние на коммуникативное поведение пользователей. Проанализированы инструменты передачи социальной информации в социальных сетях: эмодзи, стикеры, фотографии, картинки, в том числе в виде интернет-мемов, предпочтения их использования пользователями. Обосновано, что особенности лексики, характерные для виртуальной коммуникации,

в совокупности с использованием невербальных средств, таких как мемы, трансформируют язык пользователей.

Рассмотрено такое явление, как фейк (аккаунт, скрывающий истинную сущность пользователя), а также причины создания фейковых аккаунтов и их функционал. Проанализированы степень и формы проявления агрессии в процессе виртуальной коммуникации. Исследована специфика контента в зависимости от типологии социальных сообществ, в которых взаимодействуют пользователи: по интересам, с развлекательным контентом, новостных, официальных страниц компаний, интернет-магазинов, жителей определенного города (работников учреждения, обучающихся учебного заведения), сообществ помощи, сообществ-блогов. Отмечены общие закономерности создания и использования контента в интернет-сообществах.

Ключевые слова

Коммуникативные практики, социальные сети, интернет-сообщества, Интернет, виртуальная коммуникация, пользовательское сообщество, невербальная коммуникация, коммуникативное поведение.

Цитирование

Гришаева С.А., Клюваев К.В. Коммуникативные практики молодежи в социальных сетях // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 3. С. 4–9.



DIGITAL SOCIOLOGY: RESEARCH DIRECTIONS

Communicative practices of young people in social networks

DOI 10.26425/2658-347X-2019-3-4-9

Received 20.09.2019

Approved 21.11.2019

Published 31.12.2019

Grishaeva Svetlana

Candidate of Psychological Sciences, associate Professor,
State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-8381-0513

E-mail: grishaeva@bk.ru

Klyuvaev Kirill

Assistant of the Department of media planning of advertising
on TV, Russian State University named after A. N. Kosygin
(Technologies. Design. Art), Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-2760-638X

E-mail: saveme.bm47@gmail.com

ABSTRACT

Modern young people more and more often spend their time on social media, which they use for place for friendly chat, or place to spend leisure time, or place for buying things, or space for professional growth, or one of many other reasons. In the process of interaction, youth use various communication practices in social networks, the main of which have been given in the article.

Main functions of social media, specifics and classification of user communities, their influence on communicative behavior of users have been described. Instruments of transferring social information on social media: emoji and stickers, photos and pictures (memes included), together with preferences of usage of this instrument by users have been analyzed. It has been proved, that peculiarities of lexis typical for virtual

communication along with non-verbal means (such as memes) transform the language of users.

The phenomenon of fake (an account hiding the real essence of a user), as well as reasons for creation of fake accounts and their functionality, have been considered. Degree and form of showing aggression in virtual communication have been analyzed. Specifics of content in dependence from typology of social communities, where users are interacting (groups by interest, groups with entertaining content, news communities, official companies groups, e-commerce pages, groups of citizens of a specific city (or workers of a specific place), help groups, blog communities) has been studied. Common regularities of both creation and usage of content in internet communities have been noted.

Keywords

Communicative practices, social media, internet communities, Internet, virtual communication, user community, non-verbal communication, communicative behavior.

For citation

Grishaeva S.A., Klyuvaev K.V. (2019) Communicative practices of young people in social networks. *Digital sociology*. Vol. 2, no 3, pp. 4–9. DOI: 10.26425/2658-347X-2019-3-4-9



ВВЕДЕНИЕ

Степень распространения информационно-коммуникационной сети «Интернет» (далее – Интернет) в современном мире все увеличивается, и Россия не является исключением: на начало 2018 г. количество интернет-пользователей старше 16 лет в России насчитывало 90 млн человек, что составляет 75,4 % взрослого населения страны¹, а среди молодежи количество интернет-пользователей близко к предельному. При этом не утихают споры о том, является ли столь масштабное распространение Интернета благом или злом, заменяется ли реальное общение виртуальным [Marres, 2017]. Функционал современных социальных сетей настолько широк, что действительно может заменить многие коммуникативные практики офлайн-взаимодействия. Именно поэтому представляется целесообразным выявить и описать специфику коммуникативных практик в виртуальных социальных сетях, основным пользователем которых является молодежь.

Социальная сеть, как «множество точек, соединенных между собой линиями» [Barnes, 1975], может функционировать как в офлайн-, так и онлайн-среде и служить для установления взаимодействий между акторами. Между реальной и виртуальной социальными сетями есть как много общего, так и много различного. Одним из главных различий является возможность устанавливать «связь всех со всеми». Существующая «теория шести рубежей отдаления» Милгрэма [Milgram, 1967], показывающая, что каждый человек опосредованно знаком с любым другим жителем планеты, оказывается еще более работоспособной при виртуальных социальных сетях.

Также виртуальная социальная сеть обладает большими возможностями управления, чем реальная, например:

- управление своим аккаунтом;
- возможность делиться личной информацией по желанию пользователя (ФИО, вуз, работа, родственники, интересы и т.д.);
- добавление в «друзья» по принципу наличия реальной связи (друзья, знакомые, родственники и т.д.) или схожести интересов (сообщества по интересам);
- возможность обмена информацией с помощью различных видов передачи информации (текст, фотографии, видео, аудио и т.д.);
- функция «отметить человека» на фотографии или видео, на которых присутствуют пользователи онлайн социальной сети;
- легкость поиска людей по заданным параметрам (имя, примерная дата рождения, место жительства);

- возможность комментирования различного контента;
- ориентация на общение между пользователями;
- осуществление контроля связей участников;
- отражение образа человека в реальной жизни [Мельникова, Яковлев, 2014].

Таким образом, виртуальная социальная сеть в некоторой степени является более подконтрольной для актора (в том числе, и с точки зрения подачи информации о себе).

ФУНКЦИОНАЛ ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В современном интернет-пространстве существует множество различных типов социальных сетей, которые достаточно трудно четко структурировать, так как «Интернет... среда обитания кочевников, и подобно карте, не может быть заключено в рамки какой-либо устойчивой структурной модели» [Емелин, 2017]. В настоящее время для всех социальных сетей характерен более или менее схожий функционал. Можно выделить следующие его составляющие:

- личные сообщения – раздел, который позволяет пользователям писать друг другу сообщения в отдельном диалоге, доступном только двум коммуникаторам. Он может называться по-разному в разных социальных сетях (в Twitter, Instagram – direct message);
- отправка текстовых сообщений, в том числе голосовых. Так, во «ВКонтакте» можно отправлять пользователям голосовые сообщения, суть которых состоит в записи своего голоса, который можно будет прослушать после отправки и видеосообщений – в Instagram;
- отправка в личных сообщениях изображений и постов других пользователей;
- составление чатов (бесед, конференций) несколькими пользователями;
- возможность стать субъектом массовых коммуникаций через выкладывание текстовых сообщений (постов), которые видны всем пользователям социальной сети, либо только «друзьям» или подписчикам, если пользователь ограничил настройки приватности, которые предусмотрены в настройках социальных сетей;
- возможность отмечать посты, то есть ставить like, сигнализируя, что пользователю нравится запись, а также оставлять комментарии. Комментарии поддерживает тот же функционал, что и личные сообщения, с той лишь разницей, что комментарии видны всем пользователям. Комментарии бывают двух видов: общий комментарий под записью и персонализированный комментарий. Персонализированный комментарий представляет собой «ответ» другому комментатору в комментариях, при этом в сообщении будет содержаться ссылка на комментарий, к которому пишется ответ, а также ссылка на пользователя, который оставил его;

¹ Gfk (2018). Исследование Gfk: Проникновение Интернета в России. Режим доступа: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-pronikновение-interneta-v-rossii-1/> (дата обращения: 14.09.2019)

– истории – короткие видеостатусы, которые показываются в «фид-ленте» друзей и подписчиков. Особенностью историй является то, что они доступны 24 часа с момента публикации, однако существует возможность их сохранить и они будут отражаться на странице пользователя.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В исследовании² использовались анкетный опрос (111 респондентов, принадлежащих преимущественно к учащейся молодежи) и контент-анализ сообщений в социальных сетях.

При помощи анкетного опроса получены следующие данные:

- почти половина опрошенных использует социальную сеть «ВКонтакте» (47,2 %), что подтверждает, что «ВКонтакте» – наиболее популярная соцсеть в России, чуть меньшее число пользователей Instagram (40,8 %), на третьем месте по популярности идет Twitter (8,6 %);
- три четверти опрошенных считают важным использовать при общении в социальных сетях грамотную речь, так как тогда у реципиента будет больше шансов правильно декодировать сообщение и получить именно ту информацию, которую им хотели передать. Около 20 % опрошенных с таким взглядом не согласны. Это соотносится с точкой зрения о том, что тексты в социальных сетях становятся ближе к устной речи и больше похожи на поток сознания³. Эти люди не считают необходимым соблюдать все нормы правописания, например пропуск дефисов в словах или «че» вместо правильного разговорного «чо» или литературного «что»;
- почти 85 % опрошенных используют возможности отправки голосовых сообщений на постоянной основе. Таким образом они могут передавать информацию устной и письменной речью, используя все возможности вербального общения в социальных сетях;
- 83 % респондентов в процессе общения в социальных сетях используют нецензурную лексику, причем половина опрошенных делает это на постоянной основе, что соотносится с особенностью молодежного общения в реальной жизни, а также является косвенным подтверждением размывания границ реальности и виртуальности, так как начав использовать нецензурную речь в Интернете, респондент с большой долей вероятности будет использовать ее и в реальной жизни и наоборот;
- 93,6 % респондентов используют эмодзи и стикеры в своем общении в социальных сетях. Большинство респондентов (92,7 %) используют изображения

для усиления эффекта своих слов, причем 63 % делают это регулярно;

– большинство пользователей (80,2 %) пишут комментарии к интересным им постам. Это предоставляет широкие возможности для коммуникации, так как сообщение будет получено широким кругом реципиентов. Также это позволяет другим пользователям узнать о страничке (аккаунте, учетной записи) и просмотреть ее, тем самым комментатор увеличивает количество коммуникаций в несколько раз;

– 69,4 % опрошенных имеют, по крайней мере, один фейковый аккаунт (24,4 % имеют их несколько);

– более половины опрошенных (55,8 %) согласились с утверждением, что «охотнее завяжет разговор с незнакомым человеком с фейкового аккаунта», при этом 36 % показали, что выбор писать ли с основной страницы или с «фейка» зависит от различных факторов, но, в целом, они будут склоняться к фейковому аккаунту;

– 62 % респондентов считает интернет-пространство, в целом, более агрессивным, чем реальность.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНТЕНТА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Контент-анализ сообщений проведен с использованием материалов сети «ВКонтакте» как наиболее популярной по результатам анкетного опроса. Проведена типологизация сообществ в социальных сетях, согласно которой выбирались сообщества для анализа. Критерием отбора, помимо наличия сообщества соответствующей тематики и размера, была возможность комментирования записей, а также наличие записей за последний месяц.

Применен следующий алгоритм сбора данных:

- находили сообщество, соответствующее критериям отбора;
- в 20 последних записях просматривали комментарии, причем если таковых было большое количество, то просматривали первые 20 комментариев от реальных людей, чтобы исключить попадание в выборку сообщений от ботов (роботизированных спам-аккаунтов, продвигающих товары или услуги);
- проверяли возраст комментаторов по указанному на странице пользователя. При невозможности точно установить возраст, определяли приблизительно, по косвенным признакам – внешности и лексике. При полной невозможности установить возраст комментатора, сообщение игнорировали.

В ходе исследования проанализировано 752 сообщения. При этом регистрировали стиль текста и грамотность речи, использование мемов во всех формах, эмодзи и стикеров, нецензурной лексики, учитывали контекст публикации и общий контекст сообщества.

Найдены следующие общие закономерности коммуникации для всех типов сообществ:

² Материалы дипломного проекта К.В. Ключаева (научный руководитель – канд. психол. наук, доцент С.А. Гришаева).

³ Соцсети и Интернет: взгляд социолога. Режим доступа: <https://arzas.academy/materials/955> (дата обращения: 15.09.2019).

- чем меньше сообщество, тем меньше комментариев;
- под публикациями животрепещущих тем, новостей чаще создается обсуждение в комментариях;
- в зависимости от сообщества, варьируется стиль и культурность комментариев;
- используются все виды коммуникаций, кроме голосовых сообщений;
- наиболее слабой стороной комментаторов является пунктуация;
- использование эмодзи и стикеров в хвалебных комментариях.

Выявлены следующие характерные особенности коммуникации в определенных типах сообществ.

1. Сообщества по интересам.

Характер сообщений сильно разнится от сообщества к сообществу. Конструктивное обсуждение несколькими людьми темы поста или информации в нем наблюдалось в 30 % случаев. Комментаторы пишут в целом грамотно, нет каких-либо серьезных ошибок, использование нецензурной лексики было зафиксировано в 49 % сообщений. Типичный комментарий выглядит, как мем в виде текста, картинки или видео, либо же фразы юмористического содержания.

2. Сообщества с развлекательным контентом.

Группа сообществ с наименее структурированными комментариями. Подавляющее большинство комментариев представляют собой мемы или юмористические высказывания по поводу темы публикации. Часто представляют собой фразы на английском языке. Обсуждения темы публикации несколькими участниками наблюдались в 22,8 % случаев. Широкое использование ненормативной лексики как на русском, так и на английском. Грамотность на русском на высоком уровне, за ошибки в грамматике начинается буллинг в комментариях, однако за пунктуацией следят не так строго. Типичный комментарий выглядит как мем в виде текста, картинки, аудио- или видеофайла.

3. Новостные сообщества.

В эту категорию входят сообщества, в которых новости публикуются не профессиональными журналистами. Большинство комментариев соотносятся с темой публикации, в 71% случаев завязывается обсуждение. Использование мемов в этой категории по своему уровню соответствует первой категории. Пользователи пишут грамотно. Типичный комментарий представляет собой высказывание по теме публикации, состоящее из нескольких простых предложений.

4. Официальные страницы компаний, в том числе новостных ресурсов.

Комментарии в этой категории наиболее культурные вследствие модерации руководителями сообщества. На официальных страницах компаний

комментарии носят уточняющий или вопросительный характер. Мемы замечены только в составе стикеров. Грамотность качественно не отличается от других категорий. Типичный комментарий представляет собой культурно составленное вопросительное предложение, хвалебный или критический комментарий в легкой форме.

В сообществах новостных ресурсов комментарии представляют собой агрессивное обсуждение темы публикации чаще, чем в других категориях, замечен переход на личные оскорбления. Комментарии представляют собой набор развернутых предложений. Мемы в комментариях практически не зафиксированы. Грамотность наименьшая из всех категорий. Типичный комментарий представляет собой агрессивно составленное развернутое предложение.

5. Интернет-магазины.

Самые разнообразные комментарии по своему содержанию из всех категорий. Чаще всего встречаются вопросы по поводу товаров и связанных услуг, реже – хвалебные комментарии. Типичный комментарий представляет собой вопросительное предложение.

6. Сообщества жителей определенного города / работников учреждения / обучающихся учебного заведения.

В данной категории было зафиксировано первое из наименьшего среднего количества комментариев под постом. Чаще всего комментарии появлялись под какой-либо негативной новостью или анонсом мероприятия. Практически не замечено использование мемов. Средняя грамотность. Типичный комментарий представляет собой простое предложение по теме публикации.

7. Сообщества помощи.

В данной категории зафиксировано второе наименьшее среднее количество комментариев под публикацией. Комментарии носят сожалеющий или вопросительный характер относительно координации действий. Грамотность в этой категории средняя. Не было зафиксировано ни одного мема. Типичный комментарий представляет собой развернутое предложение.

8. Сообщества-блоги.

В данной категории комментарии сильно зависят от характера публикации. Под юмористическими публикациями комментарии схожи с категорией развлекательных сообществ. Под публикациями новостного характера комментарии схожи с категорией новостных сообществ. Активно используются так называемые локальные мемы, выработавшиеся в данном сообществе совместными усилиями администратора и аудитории. Типичный комментарий представляет собой мем в форме текста, аудио- и видеофайла или просто предложение по теме публикации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социальные сети, как поле для коммуникации, не ведут к уменьшению общения молодых людей, а, скорее, наоборот. Молодое поколение проводит столько же времени, встречаясь с друзьями и родственниками, сколько и старшие поколения⁴, а социальные сети позволяют быть на связи после

расставания в реальной жизни, а также поддерживать постоянный контакт с людьми, которые живут далеко. Развитие мобильных технологий позволяет находиться в процессе коммуникации в любое время с кем угодно. Социальные сети, скорее, наоборот, ведут к переизбытку коммуникаций и получаемой информации.

⁴ Wellman B. and Rainie L., (2012), *Networked: The New Social Operating System*, The MIT Press, pp. 21–34.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Емелин В.А. (2017). Идентичность в информационном обществе. Москва. «Канон+». 185 С.
- Мельникова М.С., Яковлев И.П. (2014). Понятие «социальная сеть» в социологических теориях и интернет-практиках//Вестник СПбГУ. Сер. 9. Вып. 1. С. 254–251.
- Barnes J.A. (1975). *Class and committees in Norwegian Island Parish*//Human Relations. New York: Hafner Press
- Marres N. (2017). *Digital sociology. The Reinvention of Social Research*. Cambridge: Polity Press, 59 p.
- Milgram S. (1967). The small world problem//Psychology Today. No 1(1). Pp. 60–67.

REFERENCES

- Emelin V.A. (2017) *Identity in the Information Society* [*Identichnost v informatsionnom obshchestve*], Kanon+, Moscow, Russia. [In Russian].
- Melnikova M.S., Yakovlev I.P. (2014) Concept of “social network” at sociology theory and internet-practice [Ponyatie “sotsialnaya set” v sotsiologicheskikh teoriyakh i internet-praktikakh], *Vestnik SPbGU.*, Ser. 9, I. 1, pp. 254–251.
- Barnes J.A. (1975) *Class and Committees in Norwegian Island Parish*, Human Relations, Hafner Press, New York, USA.
- Marres N. (2017) *Digital sociology: The Reinvention of Social Research*, Polity Press. Cambridge, UK.
- Milgram S. (1967) *The small world problem*, Psychology Today, no 1(1), pp. 60–67.

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

- ¹ Gfk (2018), Gfk research: Internet penetration in Russia. Access mode: <https://www.gfk.com/en/insaity/press-release/issledovanie-gfk-pronikno-venie-interneta-v-rossii-1/> (accessed 14.09.2019).
- ² Materials of the graduation project K.V. Klyuvaeva (scientific adviser, candidate of psychological sciences, associate professor S.A. Grishaeva).
- ³ Social networking and Internet: view of sociologist. Available at: <https://arzamas.academy/materials/955> (accessed 15.09.2019).

Гендерный аспект формирования имиджа в современном информационном обществе

УДК 316.3 DOI 10.26425/2658-347X-2019-3-10-15

Получено 03.10.2019 Одобрено 04.11.2019 Опубликовано 31.12.2019

Юшкина Надежда Александровна

Заместитель директора Центра изучения российской элиты, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-4157-1921

E-mail: 4454508@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Информационное пространство воздействует на социальные процессы и формирует новую систему ценностей, представлений о человеке как о личности, ее самовыражении и достижении успеха в различных сферах жизни. Имидж становится выражением новых требований общественного сознания. В статье на основе данных социологического исследования выявлено и проанализировано: какие ценностные ориентиры и качества составляют имидж наиболее авторитетных представителей современного российского общества, каков гендерный состав этих представителей, а также профессиональные сферы и качества, которые помогают женщинам завоевать высокий уровень доверия, сформировать положительный имидж в современном информационном обществе.

Рассмотрены факторы, способствующие формированию отрицательного имиджа. Проведено 329 интервью в 8 федеральных округах. В ходе интервью респонденты указывали представителей общества, имеющих, на их взгляд, наиболее

положительный имидж и высокий уровень доверия, а также противоположные примеры негативного имиджа, вызывающий низкую оценку. Выявлены асимметрия в критериях оценки обществом имиджа женщин и мужчин, а также гендерный дисбаланс среди представителей с высоким общественным авторитетом.

Обозначены границы допустимого присутствия женщин на вершине социума, устанавливаемые самим социумом. Отмечены профессиональные области, в которых женщинам лучше удастся формировать положительный имидж в условиях современного информационного общества. Выявлено, что благотворительность является ценной составляющей положительного образа женщин независимо от их профессиональных сфер. Традиционные гендерные ценности продолжают оставаться важной составляющей образа. Высокий уровень присутствия в информационном пространстве может способствовать в построении имиджа, так и иметь отрицательные последствия.

Ключевые слова

Имидж, общественное мнение, социальные сети, информационное общество, гендер, средства коммуникации, женщины, профессиональные группы.

Цитирование

Юшкина Н.А. Гендерный аспект формирования имиджа в современном информационном обществе // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 3. С. 10–15.

Благодарности. При реализации проекта были использованы средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта № 214/68 в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 01.04.2015 №79-рп и на основании конкурса, проведенного Фондом «Российский союз ректоров».

© Юшкина Н.А., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



The gender aspect of image formation in the modern information society

DOI 10.26425/2658-347X-2019-3-10-15

Received 03.10.2019 Approved 04.11.2019 Published 31.12.2019

Yushkina Nadezhda

Deputy Director, Center for the Study of the Russian Elite, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-4157-1921

E-mail: 4454508@gmail.com

ABSTRACT

The information space affects social processes and forms a new system of values, ideas about a person as a person, its self-expression and achievement of success in various areas of life. Image becomes an expression of new requirements of public consciousness. Based on the data of a sociological study, it has been identified and analyzed in the article: what value guidelines and qualities make up the image of the most authoritative representatives of modern Russian society, what is the gender composition of these representatives, as well as professional areas and qualities that help women gain a high level of trust and create a positive image in the modern information society.

The factors, contributing to the formation of a negative image, have been considered, 329 interviews in 8 federal districts have been conducted. In the course of the interview, the respondents indicated the representatives of the society who, in their

opinion, had the most positive image and high level of trust, as well as the opposite example of a negative image, causing a low rating. Asymmetry in the criteria for evaluating the image of women and men by society, as well as gender imbalance among representatives with high public authority have been revealed.

The boundaries of the permissible presence of women at the top of society, determined by the society itself, have been denoted. Professional areas in which women are better able to form a positive image in the conditions of the modern information society have been noticed. It has been identified, that charity is a valuable component of a positive image of a woman in all professional fields. Traditional gender values continue to be an important component of the image. A high level of presence in the information space can contribute to image building and have negative consequences.

Keywords

Image, public opinion, social networks, Information society, gender, means of communication, women, professional groups.

For citation

Yushkina N.A. (2019) The gender aspect of image formation in the modern information society. *Digital sociology*. Vol. 2, no 3, pp. 10–15. DOI: 10.26425/2658-347X-2019-3-10-15

Acknowledgement. When implementing the project state support funds were used, allocated as grant No. 214/68 in accordance with the Decree of the President of the Russian Federation No. 79-RP dated on April 1, 2015 and based on a contest carried out by the “Russian Union of Rectors” Foundation.

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ

Процесс развития цифровых коммуникаций продолжает затрагивать все сферы современного социума – политическую, культурную, экономическую. Информационные технологии сегодня выходят за рамки обычных средств массовой коммуникации, сдвигая осознание их значения от простых средств коммуникации к формированию новых смыслов возникающей информационной реальности. Информационное пространство воздействует на социальные процессы и формирует новую систему ценностей, представлений о человеке, как о личности, ее самовыражении и достижении успеха в различных сферах жизни. Потенциальное воздействие информационного пространства, социальных сетей на процесс формирования ценностных ориентиров в обществе становится не менее значимо, чем воздействие традиционных институтов социализации.

Продуктом обработки больших массивов информации, выражением новых требований общественного сознания становится имидж [Болбас, 2016, с. 106]. Он тесно связан с процессом коммуникаций. С развитием информационного пространства и становлением информационного общества, современных информационно-коммуникационных технологий, пространства сети «Интернет» и социальных сетей, информация о личности становится все более доступной, растет ее влияние на имидж.

Слово «имидж» буквально переводится как «образ» (от англ. Image) и традиционно понимается как определенный образ известной личности или вещи, создаваемый средствами массовой информации, литературой или самим индивидом. Исходя из этого определения, понятие «имидж» тесно связано с такими понятиями, как «репутация», «доброе имя», «образ», «авторитет», «харизма» [Синеокая, 2017, с. 236]. Именно эти понятия легли в основу социологического исследования, результаты которого рассмотрены в настоящем исследовании. В современных зарубежных исследованиях понятие «имидж» употребляется для обозначения особого вида образов-представлений, широко используемых различными социальными институтами, которые формируют установки в общественном сознании [Воржецов, Токарева, 2013, с. 202]. Успешный имидж во многом зависит как от особенностей личности, так и от того, каким образом ее преподносят средства массовой информации. Это две наиболее важные группы факторов, определяющих успешный имидж высокого ранга [Богданов, Зазыкин, 2003].

Предмет нашего внимания и анализа – представления, сформировавшиеся в сознании российского общества в условиях современного информационного пространства относительно успешного и негативно-го имиджей индивида. В последнее время все большее

внимание уделяется гендерным вопросам, поэтому будет актуальным рассмотреть гендерные аспекты формирования имиджа. О.А. Воронина рассматривает гендер как новый этап в развитии общественных отношений, при котором условия социальной среды управляют возможностями самореализации [Воронина, 2018].

Задача настоящей работы состоит в том, чтобы на основе данных общественного мнения выявить и проанализировать, какие ценностные ориентиры и качества составляют имидж наиболее авторитетных представителей современного российского общества, каков гендерный состав этих представителей, а также гендерные аспекты, которые помогают женщинам завоевать высокий уровень доверия у общества, сформировать положительный и отрицательный имидж в современном информационном обществе.

ИССЛЕДОВАНИЕ ИМИДЖА АВТОРИТЕТНЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ОБЩЕСТВА

Специалисты автономной некоммерческой организации в области социальных исследований «Лаборатория Крыштановской» проведено всероссийское социологическое исследование, целью которого было выявить людей, пользующихся безупречной репутацией в обществе, изучить их социально-демографический и профессиональный состав, взгляды и ценности¹.

Исследование охватило восемь федеральных округов. В процессе работы проведено 329 интервью. Среди опрошенных: женщин 59,3 % выборки, мужчин – 40,7%. Распределение респондентов по возрастным группам: молодежь (от 18 до 35 лет) – 44,7%; поколение среднего возраста (от 36 до 54 лет) – 40,7 %; старшее поколение (55 лет и больше) – 14,6 %.

В ходе исследования применяли метод личного формализованного интервью. Во время интервью респонденты указывали представителей общества, имеющих, на их взгляд, наиболее положительный имидж и высокий уровень доверия, а также противоположный пример негативного имиджа, вызывающий низкую оценку. Обозначим их в дальнейшем как две категории: «герои» и «антигерои». Все имена заносили в специальную базу данных. На основе частот был составлен общий рейтинг упоминаний. Всего было названо 3 123 имен. Среди них 2 674 человека получили большинство позитивных оценок («герои»). Большинство негативных оценок получило 429 человек («антигерои»).

«ГЕРОИ»

По данным исследования, в списке героев большинство составили мужчины (66,9 %). Мужчин не только больше численно, но они занимают более высокие

¹ Народная элита России (2017). Режим доступа: <http://svpressa.ru/files/НароднаяЭлита-10-10-17.docx> (дата обращения: 01.10.2019).

строчки в рейтинге упоминаний. Если всего в рейтинге 33,1 % женщин, то в числе первых ста человек рейтинга их уже 21 %, в числе первых пятидесяти – 16 %, в числе первого десятка – 20 %.

Женщины, которые названы в ходе опроса в числе героев, как правило, связаны в гуманитарной или социальной сферами жизни общества. Среди них существенно меньше политиков, инженеров и бизнесменов, но много представителей творческой интеллигенции, педагогов и врачей.

Анализ героев по их профессиональной принадлежности показал, что единственной группой, где преобладают женщины, являются педагоги (от воспитателей детских садов, школьных учителей до преподавателей вузов). Доля женщин в этой группе составила 74,7 %. Большая доля женщин с положительным имиджем оказалось среди общественных деятелей (43,8 %), журналистов (34,7 %), врачей (46,2 %). Почти тридцать четыре процента женщин с положительным имиджем среди представителей творческой интеллигенции. Среди ученых и спортсменов доля женщин составила меньше трети (28,8 %).

А вот военные, правоохранители, инженеры, бизнесмены, политики и программисты – профессии, главным образом, мужские. Единственная профессиональная группа, в которой вообще не было названо ни одной женщины – программисты. Среди инженеров нашлось всего 3,6 % женщин, среди представителей силовых структур – 7,7 %. В бизнесе доля женщин с положительным имиджем составляет всего 14,5 %. Присутствие женщин, к которым общество проявляет уважение и доверие, в политике чуть выше – 22,4 %. Исследование показывает, что в сферах, где необходимо решать сложные технологические задачи, проявлять лидерские качества, принимать важные стратегические решения общество не готово воспринимать женщин как специалистов, которым можно доверять, они не пользуются авторитетом, женщинам крайне сложно построить в них положительный имидж.

Общество готово высоко оценить имидж женщины, которая занимается его проблемами, помогает в их решении, делится опытом с молодежью или создает культурные ценности. Стоит отметить, что больше всего женщин с положительным имиджем дала общественная деятельность социальной направленности. В этой области в условиях современных реалий женщинам удается построить имидж, основанный на авторитете и доверии. Высокое уважение в глазах общества заслуживает благотворительная работа, в том числе создание благотворительных организаций, помощь незащищенным слоям общества. Именно в этой деятельности отмечены женщины, занимающие верхние строчки рейтинга упоминаний, но относящиеся при этом к разным профессиональным группам. Следовательно, мы можем говорить о выявлении составляющей,

которая является образующей при формировании положительного имиджа женщин. Возможно, это связано с тем, что в современном информационном поле большинство коммуникации и взаимодействия строятся на видимом, а не на сущностном. Помощь является тем ощутимым и осязаемым, а также высокоморальным проявлением личности, которое позволяет увидеть результат и применить его по отношению к другим индивидам.

Анализ качеств, которые являются составляющими положительного имиджа в современном обществе показал, что нравственный императив остается самой востребованной ценностью. На первые места респонденты поставили такие качества, как честность, порядочность, доброта, отзывчивость. Важнейшим качеством люди считают профессионализм, отношение к делу, ответственность. Также высоко ценится бескорыстие, служение интересам страны, патриотизм. Стоит отметить, что перечисленные качества не имеют гендерного аспекта и являются, по мнению респондентов, базовыми в имидже любого индивида.

Представляется значимым рассмотреть и факторы, отрицательно влияющие на имидж индивида и проанализировать их с точки зрения информационного общества.

«АНТИГЕРОИИ»

В ходе исследования респонденты указывали и «антигероев» – имена людей, образ которых они считают негативным, вызывающим самую низкую оценку. Всего названо 431 имя «антигероев».

Среди качеств, отмеченных как негативные, на первом месте стоит алчность, корысть, коррупционность – 33 % респондентов отметили их как совершенно неприемлемые. Далее стоят «звездность» и скандальность, связанные с распущенностью и пошлостью (15 %). На третьем месте – лживость и лицемерие (13 %). Анализ профессиональной принадлежности антигероев показал, что только в четырех профессиональных группах антигероев пропорционально больше, чем представленность героев. Это политики (45 %), телеведущие и журналисты, представители творческих профессий и бизнесмены. Все перечисленные группы отличаются высокой степенью публичности в информационном пространстве. Остальные профессиональные группы имеют довольно устойчивый позитивный образ.

На вершине списка людей с негативным имиджем доля женщин, в среднем, составляет 30 % как в первой десятке, так и среди первых двадцати строк рейтинга упоминания. Этот показатель выше, чем в рейтинге упоминания людей с положительным имиджем и высокой степенью доверия.

Что касается гендерного аспекта формирования негативного образа, то необходимо отметить, что верхние строчки рейтинга упоминаний занимают

женщины с резко отрицательным имиджем, которые имеют высокую степень публичности и упоминаются в информационном поле в связи с многочисленными скандалами, публично демонстрируют высокий уровень доходов и низкую культуру общения. Им свойственны вызывающий внешний облик и поведение в публичном пространстве, что не располагает к доверию. В таком контексте высокий уровень присутствия в информационном поле играет роль дополнительного раздражителя и усиливает формирование негативного имиджа.

Стоит отметить, что в политической сфере негативный имидж могут создавать как приверженность к крайне либеральным взглядам, так и к ультраконсервативным. Любая крайность – яркий образ, резкие высказывания, радикальные позиции, отсутствие гибкости – вызывает негативную реакцию и грозит женщине формированием отрицательного образа в социуме. Образ «серой мыши», сосредоточенной лишь на выполнении профессиональных задач, с большей вероятностью гарантирует лояльное отношение общества и поможет завоевать его доверие.

Необходимо также подчеркнуть, что с развитием информационного пространства, социальных сетей и становлением информационного общества, любая информация о личности становится все более публичной и доступной. Она участвует в формировании имиджа и способна повлиять на его развитие, причем не всегда положительно. В списке антигероев есть те, чей отрицательный имидж был сформирован под воздействием одного скандала, отрицательной информации, которая благодаря современным технологиям очень быстро стала доступна широкому кругу лиц.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном российском общественном сознании существует асимметрия в критериях оценки женщин и мужчин. Обществу свойственно стереотипное мышление и восприятие гендерных отличий.

Несмотря на численное преимущество, в списке наиболее авторитетных представителей современного российского общества женщины занимают лишь треть, и чем выше позиции в рейтинге, тем больше доля женщин в нем сокращается. Общество не готово наделять женщину высокой степенью доверия и авторитетом, ей гораздо труднее сформировать положительный имидж, она ограничена рядом факторов.

Респонденты обрисовали границы допустимого присутствия женщин на вершине общества, и они по-прежнему весьма традиционны: творчество, воспитание детей, медицина. Приветствуется также занятие женщинами общественной деятельностью, особенно если она связана с благотворительностью. Благотворительность является ценной составляющей положительного образа женщины во всех профессиональных сферах.

Высокий уровень присутствия в информационном пространстве может как способствовать построению положительного имиджа, так и иметь отрицательные последствия. При этом нельзя не отметить важность развития информационных технологий и массовых коммуникаций в формировании имиджа. Это говорит о том, что в России сохраняется традиционное представление о роли женщины в социуме, где главными ее качествами остаются доброта и забота о людях, о подрастающем поколении. Традиционные гендерные ценности пережили не одну эпоху и продолжают оставаться важной составляющей имиджа женщины.

По-прежнему есть сферы, в которых авторитет женщины предельно низок. Бизнес-леди пока не стала признанным позитивным образом, а женщина-политик остается в заметном меньшинстве. Женщин, способных достойно нести высокий государственный статус, в России очень мало.

Таким образом, в российской социальной элите главенствуют мужчины. Их больше, их «подвиги» ярче, и признание россиянами очевиднее. Женское лидерство принимается далеко не во всех сферах жизни общества. Общественная деятельность, благотворительность, педагогика и медицина – вот где авторитет женщин высок.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Болбас О.А. (2016). Гендерные аспекты имиджевых составляющих личности в педагогическом дискурсе//Моделирование эффективной речевой коммуникации в контексте академического и профессионально ориентированного взаимодействия: сб. науч. ст. Минск: БГУ. С. 105–110.
- Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. (2003). Психологические основы «Паблик рилейнз». СПб: Питер, 208 с.
- Воржецов А.Г., Токарева О.В. (2013). Типы имиджей женщин-парламентариев в условиях трансформации современной России//Вестник Казанского технологического университета. Т. 16. № 11. С. 301–303.
- Воронина О.А. (2018). Гендерная культура в России: традиции и новации: монография. М.: ИФРАН, С. 112.
- Синеокая Н.А. (2017). Имидж политика, формируемый в современных электронных СМИ (на примере женщин-политиков Германии)// Сборник материалов конференции «Филология и просветительство. Научное, педагогическое, краеведческое наследие Н.М. Лебедева», 22–23 сентября, Тверь. С. 235–242.

REFERENCES

- Bolbas O.A. (2016) Gender aspects of image components of personality in pedagogical discourse [Gendernye aspekty imidzhevyykh sostavlyayushchikh lichnosti v pedagogicheskom diskurse], *Gender aspects of image components of personality in pedagogical discourse: in collect. of sci. art. [Modelirovanie effektivnoi rechevoi kommunikatsii v kontekste akademicheskogo i professional'no orientirovannogo vzaimodeistviya: sb. nauch. st.]*, BSU, Minsk, pp. 105–110.
- Bogdanov Ye.N. and Zazykin Ye.N. (2003), *Psikhologicheskiye osnovy "Pablik rileyshnz"* [Psychological Foundations of Public Relations], Piter, St.-Petersburg, Russia. [In Russian].
- Sineokaya N.A. (2017) Image of a politician formed in modern electronic media (on the example of German women politicians) [Imidzh politika, formiruyemyy v sovremennykh elektronnykh SMI (na primere zhenshchin-politikov Germanii)], *Proceedings of the conference "Philology and enlightenment. Scientific, pedagogical, local history heritage N.M. Lebedev"* [Sbornik materialov konferentsii "Filologiya i prosvetitel'stvo. Nauchnoye, pedagogicheskoye, krayevedcheskoye nasledie N.M. Lebedeva"], September 22–23, Tver', pp. 235–242.
- Voronina O.A. (2018) *Culture in Russia: Traditions and Innovations: monography* [Gendernaya kul'tura v Rossii: traditsii i novatsii: monografiya Gender], IFRAN, Moscow, Russia. [In Russian].
- Vorzhetsov A.G. and Tokareva O.V. (2013) Types of images of women parliamentarians in the transformation of modern Russia [Tipy imidzhei zhenshchin-parlamentariyev v usloviyakh transformatsii sovremennoi Rossii], *Bulletin of Kazan Technological University [Vestnik Kazanskogo tekhnologicheskogo universiteta]*. Vol. 16, no. 11, pp. 301–303.

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

¹*People's elite of Russia* (2017). Available at: <http://svpressa.ru/files/НароднаяЭлита-10-10-17.docx> (accessed 01.10.2019).

ЦИФРОВАЯ СРЕДА

Становление российской магистратуры: как реализуются запросы цифровой экономики в образовательном процессе

УДК 316.4 DOI 10.26425/2658-347X-2019-3-16-24

Получено 05.10.2019 Одобрено 15.11.2019 Опубликовано 31.12.2019

Воеводина Екатерина Владимировна

Канд. соц. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-6131-8301

E-mail: ekaterinavoevodina@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

Исследовано состояние российской магистратуры в условиях перехода к цифровой экономике. Затронуты отдельные аспекты присоединения России к Болонскому процессу – отмечены проблемы перехода, связанные с недостаточным пониманием сущности трансформаций основными стейкхолдерами. Проанализированы вопросы социализации обучающихся «цифрового» поколения, наиболее характерные из них – стремление к постоянным изменениям, нетерпимость однотипных задач, хорошее владение информационными технологиями. Отмечено, что российская магистратура сталкивается с необходимостью адаптации к потребностям цифровой экономики, а также «поколенческим» особенностям представителей поколения Z. Приведены результаты эмпирического социологического исследования «Рождение российской магистратуры», выполненного в рамках проекта Института образования ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Цель исследования – анализ состояния современной российской магистратуры и определение

ключевых процессов, в которых задействованы основные стейкхолдеры (обучающиеся, преподаватели и работодатели). В статье отражены результаты опроса 713 преподавателей магистратуры регионов России, а также 1 140 магистрантов. В качестве основных результатов приведены сведения об использовании современных образовательных технологий в подготовке российских магистрантов – сделан вывод о небольшом распространении онлайн-обучения и сетевых программ в вузах. Приведены данные исследования, характеризующие степень сформированности цифровых компетенций студентов российской магистратуры: поиска и обработки информации, использования информационных технологий, обеспечения безопасности информации, умения работать с «большими данными». Отмечено, что эти навыки хорошо развиты у современных студентов, однако участие вузов в их развитии невысокое. Сделан вывод, что российская магистратура характеризуется «переходным» периодом в решении задач цифровой экономики.

Ключевые слова

Высшее образование, студент, магистратура, становление российской магистратуры, Болонский процесс, цифровые компетенции, цифровое общество, современные технологии обучения, онлайн-обучение.

Цитирование

Воеводина Е.В. Становление российской магистратуры: как реализуются запросы цифровой экономики в образовательном процессе // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 3. С. 16–24.

Благодарность. В статье отражены результаты исследования в рамках проекта «Рождение российской магистратуры», реализуемого Институтом образования НИУ ВШЭ, победителем программы «Стипендиальная программа Владимира Потанина» Благотворительного фонда В. Потанина.

© Воеводина Е.В., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



DIGITAL ENVIRONMENT

Formation of Russian magistracy: implementation of the digital economy requests in the educational process

DOI 10.26425/2658-347X-2019-3-16-24

Received 05.10.2019 Approved 15.11.2019 Published 31.12.2019

Voevodina Ekaterina

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-6131-8301

E-mail: ekaterinavoevodina@yandex.ru

ABSTRACT

The state of Russian magistracy in the transition to a digital economy has been studied. Some aspects of Russia's accession to the Bologna process have been affected – problems of transition associated with a lack of understanding of the essence of transformations by the main stakeholders have been noted. The issues of socialization of students of the «digital» generation have been analyzed, the most characteristic of them – the desire for constant change, intolerance of the same type of problems, good knowledge of information technology. It has been noticed, that Russian magistracy is faced with the need to adapt to the needs of the digital economy, as well as the «generational» characteristics of representatives of generation Z.

The results of an empirical sociological study “Birth of a Russian magistracy”, carried out as part of the project of the Higher School of Economics Institute of Education, have been presented. The purpose of this study is to analyze the state of modern Russian magistracy and define key processes in which the main

stakeholders (students, teachers and employers) are involved. The results of a survey of teachers of magistracy (713) in Russian regions, as well as undergraduates (1 140), have been reflected in the article. As the main results, information on the use of modern educational technologies in the preparation of Russian undergraduates has been given – a conclusion has been made about the small distribution of on-line education and network programs in universities.

The research data characterizing the degree of digital competencies of Russian graduate students have been adduced: information search and processing, use of IT technologies, information security, ability to work with «big» data. It has been noted, that these skills are well developed among modern students, but the participation of universities in their development is low. It has been concluded, that Russian magistracy is characterized by a «transitional» period in solving the problems of the digital economy.

Keywords

Higher education, student, magistracy, formation of the Russian magistracy, Bologna process, digital competencies, digital society, modern educational technologies, online education.

For citation

Voevodina E.V. (2019) Formation of Russian magistracy: implementation of the digital economy requests in the educational process. *Digital sociology*. Vol. 2, no 3, pp. 16–24. DOI: 10.26425/2658-347X-2019-3-16-24

Acknowledgements. The article reflects the results of the research in the framework of the project “Birth of the Russian master's degree”, implemented by the HSE Institute of education, the winner of the Vladimir Potanin Scholarship program of The V. Potanin Charitable Foundation.

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ

Современное общество характеризуется множеством изменений и процессов, которые трудно было вообразить простому обывателю еще полвека назад. В XXI столетии произошел ряд кардинальных изменений в разных областях науки и практики, что привнесло в нашу реальность такие связанные между собой категории, как «цифровизация», «диджитализация», «гаджетизация». Современная «жизнь в цифре» задает свой стиль, темп, социальные ценности, которые все больше напоминают калейдоскоп из множества ранее несовместимых фрагментов; изобилует огромными потоками социальной информации, складывающейся в «большие данные». Еще в начале перехода к новому типу общества, некоторые классики современной социологической мысли оценивали будущие трансформации скептически. В частности, в работах У. Бека [2000], З. Баумана [2008] содержатся утверждения о рискогенности, неустойчивости социальной структуры, положения индивида в ней. Постоянные изменения в технологической сфере и конкурентная гонка за инновациями влекут за собой кардинальную перестройку всех социальных институтов, в том числе и высшего образования как сферы подготовки будущих квалифицированных кадров для цифровой реальности.

В «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы»¹, принятой в 2017 г., провозглашается формирование национальной цифровой экономики, основанной на цифровых данных, обработке больших объемов и использовании результатов анализа, позволяющих «существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг»². Достижение поставленных целей трудно представить без качественной подготовки кадров, которая, требует поиска современных подходов, позволяющих не просто осуществлять транслирование знаний, но и способствовать развитию инновационных практик.

В связи с этим приобретает актуальность вопрос о том, насколько современная система высшего образования способна отвечать на поставленные цифровизацией вызовы. В частности, необходимо оценить насколько современные студенты владеют информационно-коммуникативными (цифровыми) компетенциями, используются ли в российском образовании новейшие подходы и технологии. В нашем исследовании мы сосредоточим внимание на магистратуре, так как данный уровень подготовки, на наш взгляд,

в большей степени связан с генерированием инноваций в научно-исследовательской или прикладной (проектной) деятельности.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Обратимся к анализу работ, позволяющих обозначить ключевые особенности российского института образования в совокупности с поколенческими особенностями современного студенчества. Спецификой высшего образования в России является то, что наряду с воздействием внешних факторов, обусловленных процессами цифровизации, оно претерпело ряд внутриинституциональных трансформаций. И хотя переходу на двухуровневую систему уже более десяти лет, еще не все механизмы в данной сфере полностью отлажены. Постоянным изменениям подвергаются образовательные стандарты по ряду направлений подготовки, требования к профессорско-преподавательскому составу, технологии обучения, формы контроля и др. При этом у основных стейкхолдеров – абитуриентов, обучающихся, работодателей, пока еще не укоренилось понимание произошедших трансформаций. В частности, это касается осознания отличия уровней вузовской подготовки – бакалавриата, магистратуры и аспирантуры.

В исследовании, посвященном анализу Болонского процесса в России, О.М. Карпенко и М.Д. Бершадская [2010] раскрывают сущность каждого уровня высшего образования: выпускник магистратуры при этом занимает промежуточное положение между бакалавром, имеющим общую специализацию, и аспирантом, полностью погруженным в исследовательскую деятельность. Магистр, в свою очередь, является «узким» профессионалом, специализирующимся на определенной области науки и практики, что обеспечивает ему большую сфокусированность на видах деятельности. Профессиональная значимость бакалавра при этом не уменьшается, это специалист, решающий общепрофильные задачи, которые есть в любой сфере. Однако непонимание различий между бакалавром и магистром приводит к формированию ряда стереотипов среди населения. Результаты замера Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) под названием «Студент-2017: рвение к учебе и перспективы трудоустройства»³ показали, что 47 % россиян считают бакалавриат недостаточным для успешного трудоустройства. В других исследованиях отмечено, что работодатели неохотно принимают на открытые вакансии молодых выпускников – невостребованность последних оценивается на уровне 28–50 % [Соловов, 2016].

¹ Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ (дата обращения: 03.10.2019).

² Там же.

³ «Высшее образование: социальный лифт или потерянное время» / Инициативный всероссийский опрос «ВЦИОМ-Спутник» (2019) // Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9808> (дата обращения: 03.10.2019).

Современные студенты – потенциальные представители класса интеллектуалов, генерирующих инновации. Они являются ключевой группой молодежи, от которой зависит качество реализации целей цифровой экономики в ближайшем будущем. Поколение Z, чья активная социализация протекала уже в период существования сети «Интернет», отличается высоким владением цифровыми компетенциями, и, одновременно, неустойчивость интересов, низкая способность к концентрации на однотипных задачах, неприемлемость любой «рутины». Это нередко ослабляет интерес к профессии уже на этапе ее освоения. А.В. Брыкин отмечает, что 2/3 современных выпускников обладают слабыми представлениями о своей специальности, они ни разу не были в профильных организациях и не ориентированы на рынке труда. Почти половина выпускников после 2-х лет работы, уходит из организации и меняет свою профессию [Брыкин, 2018]. Также следует привести результаты еще одного опроса ВЦИОМ от 18 июня 2019 г. «Высшее образование: социальный лифт или потерянное время?», которые показывают увеличение доли молодежи, связывающей сущность высшего образования с традицией и социальным престижем. Так, 74 % опрошенных в возрасте от 18 до 25 лет заявляют о завышении значимости высшего образования как обязательного условия удачной карьеры; 76% не согласны с утверждением, что отсутствие высшего образования гарантирует только низкооплачиваемую и непрестижную работу⁴. Для сравнения: в старших возрастных группах 45–59 лет доля таких респондентов составляет 63 %; в группе респондентов старше 60 лет – 52 %. Из этого можно заключить, что особенности мировосприятия цифрового поколения выступают в качестве специфичных вызовов, требующих адаптации системы высшего образования (к примеру, внедрения принципов гибкости и индивидуализации образовательных треков, перехода на современные технологии и формы обучения). При этом необходимо оценить, насколько современное высшее образование готово к формированию цифровых компетенций, под которыми мы, прежде всего, подразумеваем, знания, умения и навыки в области информационно-коммуникационных технологий и процессов. Их значимость неоднократно подчеркивалась современными исследователями, в частности Г.А. Банных отмечает, что без должного участия университетов в процессе формирования таких компетенций ослабевают возможности профессиональной самореализации будущих специалистов на рынке труда [Банных, 2016].

⁴ Студент-2017: рвенение к учебе и перспективы трудоустройства Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ (2017)// Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=515> (дата обращения: 03.10.2019).

Касаясь вопроса о парадигмальных основах исследования высшего образования в условиях цифровой экономики отметим, что на сегодняшний день данное направление активно развивается в рамках различных областей социологии. Поскольку на процессы в высшем образовании влияет ряд макро- и микро- факторов, оказывающих взаимовлияние друг на друга, в качестве теоретической основы исследований может выступать фрактальный анализ, соединяющий в себе принципы синергетики и рефлексивного подхода [Василенко, 2016]. При этом все чаще такие исследования носят междисциплинарный характер, формируя целую когорту теорий среднего уровня – в числе которых присутствует и цифровое образование [Василенко, 2014]. Данная исследовательская область объединяет не только теории социализации поколения Z, которые влияют на специфику образовательного процесса, но и методы исследования digital-социологии. В итоге данный подход предполагает не только адаптацию эмпирических методов под специфику изучаемой выборочной совокупности (например, через использование интернет-опросов), но пополнение знаний о социально-значимых особенностях индивидов, включенных в пространство цифровых технологий. С этой точки зрения исследование информационно-коммуникативных компетенций современных студентов является важным шагом к пониманию того, как происходит становление будущих профессионалов в условиях цифровой среды.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В 2018 г. инициативной группой Института образования НИУ «Высшая школа экономики» при содействии региональных исследователей, включая автора статьи, была начата реализация проекта под названием «Рождение российской магистратуры». Одной из приоритетных задач выступил анализ состояния современной магистратуры и определение тех ключевых процессов, в которых задействованы основные стейкхолдеры – обучающиеся, преподаватели и работодатели. В исследовании использовался метод анкетирования по квотным выборкам, география респондентов включала более 23-х регионов Российской Федерации (включая следующие федеральные округа: Северо-Западный, Южный, Приволжский, Уральский, Сибирский, Дальневосточный). Всего были получены данные опроса 713 преподавателей магистратуры, а также 3 480 студентов бакалавриата и 1 140 студентов магистратуры (учитывались вузы, подведомственные Министерству науки и высшего образования). Опрос проводился как раздаточным способом, так и через интернет-платформу Google. Для анализа результатов использовалась программа обработки и анализа социологических данных SPSS. В свете проблематики настоящей статьи наибольший интерес представляют

результаты опроса преподавателей, задействованных в реализации магистерских программ, а также студентов магистратуры, позволяющие охарактеризовать некоторые аспекты реализации потребностей цифровой экономики в образовательном процессе.

Обратимся к анализу социально-демографических переменных, дающих представление о преподавателях и студентах российской магистратуры. Среднее значение возраста преподавателей магистратуры составило 45,49 лет при стандартном отклонении 11,032. Минимальный возраст преподавателя магистратуры в выборке опрошенных составил 24 года, а максимальный – 92. Среднее значение по количеству преподавательского стажа насчитывает 19,8 лет при стандартном отклонении 10,349; при этом минимальный стаж опрошенных преподавателей – 1 год, максимальный – 59 лет. Наличие ученой степени доктора наук указали 113 опрошенных, кандидата наук – 511, Phd – 4 человека; без степени – 76 преподавателей.

Что касается студентов магистратуры, то их средний возраст составил 24,73 года при стандартном отклонении 5,48. Минимальный возраст магистра в выборке исследования – 20 лет, а максимальный – 64 года. Большинство опрошенных являлись выпускниками бакалавриата 87,4 % (996 респондентов), реже – специалитета (118 респондентов, 10,4 % от общего числа опрошенных) или магистратуры (3 респондента; 0,3 %). Приведенные данные позволяют сформировать представление о выборочной совокупности и приступить к оценке полученных данных.

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ

Присоединение России к Болонскому процессу большинство преподавателей оценивает неоднозначно: среди тех, кто дал твердую положительную оценку трансформациям, оказалось всего 7 % респондентов, отрицательную – 19 %. В группе «сомневающихся» мнения распределились следующим образом: скорее положительными реформы находят 34,5 %, а скорее отрицательными – 39,5 %. Поскольку присоединение к Болонскому процессу предполагает стимулирование конкурентоспособности на международном рынке образовательных услуг, российской системе не только необходимо адаптироваться под реалии цифровой экономики, но и способствовать внедрению образовательных инноваций. Показателями того, что высшее образование вовлекается в новые мировые тренды, может служить использование современных технологий – on-line-обучения, высокотехнологичного оборудования, индивидуализации и пр. При этом нельзя забывать, что качество реализации инноваций зависит от степени развития потенциала научно-педагогических кадров (далее – НПК). На наш взгляд, здесь следует выделить несколько составляющих:

- наличие условий для выполнения научно-исследовательской работы НПК;
- возможности академической мобильности НПК;
- возможность участия НПК в практической деятельности в рамках специализации;
- уровень заработной платы НПК.

В таблице 1 приведены одномерные частотные распределения ответов респондентов – преподавателей магистратуры по вопросу «Оцените представленные ниже утверждения относительно Вас и вуза, в котором вы работаете» и средние значения по степени согласия с каждым представленным суждением. Как видим, большинство преподавателей после присоединения к Болонскому процессу, отмечает увеличение «бесполезной бумажной работы» (среднее значение согласия с соответствующим суждением 4,69 из 5), снижение возможностей занятия наукой (3,95 из 5). Высокие показатели и у других пунктов – заработной платы и возможности совмещать преподавание с работой в других организациях.

Что касается методов обучения, используемых при подготовке магистров, то из анализа результатов опроса преподавателей следует, что пока недостаточно распространены такие современные методы, как онлайн-курсы и совместные сетевые образовательные модули. Число преподавателей, отмечающих в своем вузе наличие высокой доли лабораторных занятий с использованием качественного оборудования невелико (табл. 2). Также отметим, что на вопрос «Отличаются ли используемые Вами методы и методики обучения в программах бакалавриата и магистратуры?» большинство преподавателей дали положительный ответ (77 %), что свидетельствует о наличии реальной специфики в процессе подготовки магистров в целом.

Обратимся к результатам опроса студентов магистратуры. Особый интерес в рамках темы данной статьи представляют показатели, позволяющие охарактеризовать сформированность цифровых компетенций магистрантов. Сюда можно отнести следующие информационно-коммуникативные навыки:

- поиск и обработка необходимой информации из различных источников, в том числе специализированных баз данных;
- способность использовать информационные технологии и обеспечивать безопасность информации;
- навыки презентации результатов исследований в виде статей, докладов, отчетов;
- умение работать с данными, в том числе «большими».

С этой целью респондентам было предложено ответить на два вопроса, размещенных в разных блоках анкеты. Первый касался того, насколько обозначенные выше компетенции сформированы в настоящий момент, а второй – оценки того, насколько, по мнению респондентов, программа магистратуры, способная обеспечить их формирование в целом.

Таблица 1. Оценка изменений в высшем образовании преподавателями магистратуры

Table 1. Assessment of changes in higher education by teachers

Закрытый вопрос: «Оцените представленные ниже утверждения относительно Вас и вуза, в котором Вы работаете»	Распределение ответов респондентов по 5-ти балльной шкале, где 5 – полностью согласен, 1 – полностью не согласен					Средние значения по степени согласия с утверждением
	1	2	3	4	5	
В России возможности для академической мобильности (перехода на работу в другой вуз в любом регионе) неограниченны	121	300	60	51	74	2,43
Заработная плата на академическом рынке труда в моем регионе неконкурентоспособна в сравнении с другими сферами занятости	8	48	139	221	194	3,89
Возможность совмещать преподавание и работу на предприятии после присоединения к Болонскому процессу сократилась	99	16	203	158	134	3,34
После перехода к новой системе образования стало больше бесполезной бумажной работы	4	12	36	64	498	4,69
Заниматься научной работой после перехода на новую систему образования стало сложнее	8	53	70	290	173	3,95

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Таблица 2. Распределение ответов преподавателей на вопрос «Что отличает дизайн вашей магистерской программы?»

Table 2. Distribution of teachers' answers to the question "What distinguishes the design of your master's program?"

Закрытый вопрос «Что отличает дизайн вашей магистерской программы?»	Распределение ответов	
	кол-во ответов, абс. ед.	относ. кол-во отв., %
Модульный учебный план	34	10,93
Участие работодателей в промежуточной аттестации обучающихся (комплексные экзамены)	11	3,54
Сетевые модули, реализуемые с российскими вузами	1	0,32
Сетевые модули, реализуемые с зарубежными вузами	1	0,32
Онлайн-курсы на внешних российских платформах	29	9,33
Онлайн-курсы на внешних зарубежных платформах	3	0,96
Междисциплинарность курсов/модулей	18	5,79
Индивидуализация обучения	31	9,98
Интерактивные занятия с приглашенными участниками (практиками, преподавателями других вузов)	4	1,29
Высокая доля лабораторных занятий с использованием качественного оборудования	54	17,36
Практико-ориентированный подход	67	21,54
Сочетание онлайн-курсов на зарубежных и российских внешних платформах	1	0,32
Онлайн-курсы на зарубежных платформах в сочетании с высокой долей лабораторных занятий с использованием качественного оборудования	3	0,96
Другое	54	17,36
Всего ответов респондентов по данному вопросу	311 (100 %)	

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

В итоге мнения респондентов по поводу оценки уже имеющихся компетенций распределились следующим образом: в числе наиболее сформированных отмечены навыки поиска и обработки информации, а среди наименее сформированных – информационные технологии и обеспечение информационной безопасности (табл. 3).

Как видим, респонденты отмечают у себя достаточную степень овладения цифровыми компетенциями на момент обучения в магистратуре. Однако, данные навыки могли быть получены вне образовательного процесса, например, путем самостоятельного освоения в профессиональной деятельности или в рамках дополнительных программ. В связи с этим один из вопросов анкеты был направлен на то, чтобы выяснить, как оценивают студенты непосредственно программы магистратуры в части возможностей формирования обозначенных выше компетенций. Одномерные частотные распределения по данному вопросу представлены в таблице 4. Оценка программ магистратуры в части возможностей формирования цифровых компетенций. Из представленных данных мы видим, что максимальный вклад в формирование цифровых компетенций отмечает от 40,83 % до 67,69 %. Также в таблице 4 представлены оценки обеспеченности формирования в рамках магистратуры организационно-управленческих компетенций (системное мышление и умение решать комплексные задачи) и научно-исследовательских навыков (анализ, способность проведения фундаментальных и прикладных исследований в профессиональной деятельности).

Что касается отношения магистрантов к некоторым современным методам обучения, в частности к онлайн-курсам, то оно пока является неоднозначным. Несмотря на ожидаемую положительную оценку, обусловленную спецификой поколения центениалов, чувствующих себя на просторах интернета как «рыба в воде», только 590 респондентов из 1 139 ответивших (51,8 %) ответили, что занятия в таком формате должны проводиться часто и очень часто. Примечательно, что 398 респондентов (34,9 %) выбрали вариант «редко», а 151 респондент (13,3 %) считает, что такие курсы вообще не нужны (для оценки использовался закрытый вопрос «Как интенсивно должны проводиться в магистратуре онлайн-курсы?»). По-видимому, студенты пока не полностью уверены в эффективности таких образовательных технологий. Кроме того, интерактивное общение с преподавателем обладает своими преимуществами, среди которых можно назвать обмен мнениями, возможность дискуссии, получения комментариев и др.

В завершении обзора результатов исследования можно заключить, что обучение в российской магистратуре постепенно перестраивается под реалии Болонского процесса с учетом цифровизации окружающей среды. Несмотря на некоторые сомнения в эффективности образовательных трансформаций, высшее образование, по мнению автора, скорее не вернется к прошлому опыту, учитывая тенденции глобализации и мировой конкуренции. В целом и преподаватели, и обучающиеся осознают новые тренды, что выражается в обращении к цифровым компетенциям, хотя данные навыки еще не в полной мере формируются в высшей школе.

Таблица 3. Субъективная оценка сформированности цифровых компетенций магистрантов

Table 3. Subjective assessment of the formation of undergraduates' digital competencies

Закрытый вопрос: «Какие компетенции сформированы у Вас в большей степени, а каких, на Ваш взгляд, Вам пока не хватает?»	Степень сформированности компетенций			
	сформированы в наибольшей степени		пока не хватает	
	кол-во ответов, абс. ед.	относ. кол-во отв., %	кол-во ответов, абс. ед.	относ. кол-во отв., %
Искать и обрабатывать информацию из различных источников, включая специализированные базы данных	973	85,40	166	14,60
Информационные технологии и обеспечение информационной безопасности	606	53,20	533	46,70
Презентация результатов исследований в виде статей, докладов, отчетов	831	72,96	308	27,04
Умение работать с данными, в том числе «большими»	814	71,50	325	28,50
Всего ответов респондентов по данному вопросу	1 139 (100 %)			

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Таблица 4. Оценка программ магистратуры в части возможностей формирования цифровых компетенций

Table 4. Assessment of master's programs in terms of opportunities for forming digital competencies

Закрытый вопрос: «В какой мере, на Ваш взгляд, выбранная Вами программа магистратуры, обеспечит формирование следующих компетенций?»	Степень обеспеченности формирования компетенций					
	полностью обеспечивает		в некоторой степени		не обеспечивает	
	кол-во ответов, абс. ед.	относ. кол-во отв., %	кол-во ответов, абс. ед.	относ. кол-во отв., %	кол-во ответов, абс. ед.	относ. кол-во отв., %
Искать и обрабатывать информацию из различных источников, включая специализированные базы данных	771	67,69	324	28,45	44	3,86
Информационные технологии и обеспечение информационной безопасности	465	40,83	548	48,11	126	11,06
Презентация результатов исследований в виде статей, докладов, отчетов	720	63,21	367	32,22	52	4,57
Умение работать с данными, в т.ч. «большими данными»	637	55,93	438	38,45	64	5,62
<i>Иные компетенции:</i>						
Системное мышление и умение решать комплексные задачи	552	48,46	533	46,8	54	4,74
Анализ, способность проведения фундаментальных и прикладных исследований в профессиональной деятельности	468	41,1	621	54,5	50	4,4
Всего ответов респондентов по данному вопросу	1 139 (100 %)					

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показывает, что российская магистратура в целом претерпевает ряд изменений и ей, по-видимому, еще предстоит пересмотр некоторых ориентиров для успешной реализации целей цифровой экономики. Проблемные точки находятся в слабой ресурсной базе образовательных учреждений (в частности, отсутствии высокотехнологичного оборудования), перегруженности преподавателей в части работы с учебно-методической документацией и, как следствие, снижении возможностей заниматься наукой. На наш взгляд, эти аспекты рано или поздно должны привести к необходимости внедрения соответствующих управленческих решений – регулированию соотношения аудиторной и внеаудиторной работы, усилению научно-исследовательской составляющей через делегирование некоторых функций персоналу, осуществляющему методическую работу (к примеру, оформление учебной документации).

Необходимо также обратить внимание на внедрение современных образовательных технологий – совместных программ, сетевого обучения, онлайн-курсов с учетом интересов обучающихся. Современные

магистры, социализированные в цифровой среде, довольно хорошо ориентируются в поиске нужной информации, но не столь успешно владеют способами обеспечения информационной безопасности, информационными технологиями, которые сегодня охватывают многие процессы и сферы профессиональной деятельности. Отдельно следует отметить и то, что роль университетов в части формирования данных компетенций у магистрантов должна стать ведущей – возможные «полюсы роста» можно отнести и к пространству «больших данных». В завершении отметим, что достижение поставленных задач цифровой экономики невозможно без развития ресурсной базы университетов – как материальной, так и социальной ее составляющих, а также комплексного анализа потребностей всех заинтересованных сторон – преподавателей, обучающихся, работодателей, администрации вузов. Только посредством продуктивного диалога стейкхолдеров возможно усиление конкурентоспособности высшего образования на международном рынке и обеспечение благополучия государства в целом.

БИБЛИОГРАФИЯ

Бауман З. (2008). *Текущая современность*. СПб.: Питер. 2008. 240 с.

Баных Г.А. (2016). Использование интернет-технологий в университетском образовании: информационная компетентность и возможности ее формирования у студентов и преподавателей// *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. № 1 (33). С. 15–33.

Бек У. (2000). *Общество риска: На пути к другому модерну*. М.: Прогресс-Традиция. 383 с.

Брыкин А.В. (2017). Проблемы социализации и идентификации человека в мире цифровой экономики//Материалы VIII Грушинской конференции «Социолог 2.0: Трансформация профессии»: сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. Режим доступа: <https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/prez/5/Brikin.pdf> (дата обращения: 03.10.2019).

Василенко Л.А. (2016). Фрактальный подход к формированию научного и образовательного пространства ЕАЭС//*Управленческое консультирование*. № 11 (95). С. 50–56.

Василенко Л.А. (2014). Формирование и реализация инновационных компетенций госслужащих в условиях вызовов глобализации//*Государственная служба*. № 2 (88). С. 42–45.

Карпенко О.М., Бершадская М.Д. (2010). Болонский процесс в России: Краткая историческая справка//Корпоративный портал Томского политехнического университета. Режим доступа: <https://goo.su/0fY0> (дата обращения: 03.10.2019).

Соловов А.А. (2016). Подготовка бакалавров: проблема востребованности выпускников на рынке труда// *Вестник Самарского университета. История, Педагогика, Филология*. № 3-1. С. 58–64.

REFERENCES

Bauman Z. (2008), *Liquid modernity* [*Tekuchaya sovremennost*], Peter, Saint-Petersburg, Russia. [in Russian].

Bannykh G.A. (2016) The use of Internet technologies in university education: information competence and possibilities of its formation among students and teachers [Ispol'zovanie internet-tehnologii v universitetskom obrazovanii: informatsionnaya kompetentnost' i vozmozhnosti ee formirovaniya u studentov i преподаvatelei], *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political science* [*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya*], no. 1 (33), pp. 15–33.

Beck U. (2000), *Risk society: On the way towards another modern* [*Obshchestvo riska: Na puti k drugomu modernu*], Progress-Tradition, Moscow, Russia. [In Russian].

Brykin A.V. (2017) Problems of socialization and identification of a person in the world of digital economy [Problemy sotsializatsii i identifikatsii cheloveka v mire tsifrovoy ekonomiki], *Proceedings of the VIII Grushin conference "Sociologist 2.0: transformation of the profession": website of the all-Russian center for the study of public opinion* [*Materialy VIII Grushinskoi konferentsii "Sotsiolog 2.0: Transformatsiya professii": sait Vserossiiskogo tsentra izucheniya obshchestvennogo mneniya*]. Available at: <https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/prez/5/Brikin.pdf> (accessed 03.10.2019).

Karpenko O.M., Bershadskaya M.D. (2010) The Bologna process in Russia: a brief historical background [Bolonskii protsess v Rossii: Kratkaya istoricheskaya spravka], *Corporate portal of Tomsk Polytechnic University* [*Korporativnyi portal Tomskogo politekhnicheskogo universiteta*]. Available at: <https://goo.su/0fY0> (accessed 03.10.2019).

Solovov A.A. (2016) Preparation of bachelors: the problem of demand for graduates in the labor market [Podgotovka bakalavrov: problema vostrebovannosti vypusnikov na rynke truda], *Vestnik of Samara University. History, Pedagogics, Philology* [*Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, Pedagogika, Filologiya*], no. 3-1. pp. 58–64.

Vasilenko L.A. (2016) Fractal approach to the formation of the scientific and educational space of the EAEU [Fraktal'nyi podhod k formirovaniyu nauchnogo i obrazovatel'nogo prostranstva EAES], *Administrative Consulting* [*Upravlencheskoe konsul'tirovanie*], no. 11 (95). pp. 50–56.

Vasilenko L.A. (2014) Formation and implementation of innovative competencies by public servants in the context of globalization [Formirovanie i realizatsiya innovatsionnykh kompetentsii gossluzhashchikh v usloviyakh vyzovov globalizatsii], *Public Administration* [*Gosudarstvennaya sluzhba*], no. 2 (88), pp. 42–45.

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

¹ Decree of the President of the Russian Federation dated 09.05.2017 No. 203 "On the strategy for the development of the information society in the Russian Federation for 2017-2030". Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ (accessed 03.10.2019).

² Ibid.

³ "Higher education: social Elevator or lost time", Initiative all-Russian survey VTSIOM-Sputnik" (2019), Website of the all-Russian center for public opinion research. Available at: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9808> (accessed 03.10.2019).

⁴ "Student-2017: zeal for study and employment prospects Initiative all-Russian survey of VTSIOM" (2017), Website of the all-Russian center for public opinion research. Available at: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=515> (accessed 03.10.2019).

Социальная диагностика информационной безопасности цифрового социума: методологические и нормативно-правовые аспекты

УДК 316.2 DOI 10.26425/2658-347X-2019-3-25-32

Получено 16.09.2019 Одобрено 21.10.2019 Опубликовано 31.12.2019

Кибакин Михаил Викторович

Д-р социол. наук, профессор, доцент, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-6373-0869

E-mail: MVKibakin@fa.ru

АННОТАЦИЯ

Представлена целостная экспертная методика социальной диагностики информационной безопасности российского общества, которая в своей методологической и нормативно-правовой основе опирается на закрепленную в отечественном праве концепцию национальной безопасности как способности государственных и общественных институтов противостоять угрозам интересам личности, общества и государства. Изложена сущность цифрового общества как объекта защиты от неблагоприятного воздействия на технологическом уровне (компьютерная, программно-аппаратная база цифровых коммуникаций), а также на уровне контента, распространяемого в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (далее – Интернет). Выполнено описание субъектов виртуальной коммуникации с точки зрения их возможностей и практики защиты от неблагоприятного информационного воздействия. Дана характеристика различных ситуаций социального взаимодействия, которым может угрожать неправомерный доступ к персональной информации – в финансово-экономических и служебных отношениях.

Отдельно проведен анализ статуса должностных лиц – субъектов реализации государственных полномочий в органах

власти, который может представлять особую уязвимость при слабой урегулированности злонамеренного распространения ложной информации в Интернете. Особое внимание уделено обоснованию возможностей раннего выявления информационных угроз функционированию базовых социальных институтов – социального доверия и устойчивости социальных отношений, солидарности, цивилизационной идентичности, межконфессионального мира и толерантности в сложном обществе.

Авторская методика в статье представлена как социологическая исследовательская технология, включающая интерпретацию и операционализацию групп информационных угроз, закрепленных в государственной концепции национальной безопасности, корректного применения экспертных процедур для оценки защищенности от этих угроз, а также последующей математико-статистической и логической интерпретацией полученных данных. Изложены предложения по использованию методики социальной диагностики информационной безопасности в практике социального управления в процессе трансформации современного социума на основе цифровых технологий.

Ключевые слова

Социальная диагностика, Интернет, цифровой социум, информационная безопасность, интернет-контент, информационные угрозы, цифровые технологии, цифровая социология

Цитирование

Кибакин М.В. Социальная диагностика информационной безопасности цифрового социума: методологические и нормативно-правовые аспекты // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 3. С. 25–32.

© Кибакин М.В., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Social diagnostics of information security of digital society: methodological and regulatory aspects

DOI 10.26425/2658-347X-2019-3-25-32

Received 16.09.2019

Approved 21.10.2019

Published 31.12.2019

Kibakin Mikhail

Doctor of Sociological Sciences, professor, associate professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

ORCID: 0000-0001-6373-0869

E-mail: MVKibakin@fa.ru

ABSTRACT

A holistic expert method of social diagnostics of information security of the Russian society, which in its methodological and regulatory framework is based on the concept of national security, as the ability of state and public institutions to resist threats to the interests of the individual, society and the state has been presented. The essence of digital society as an object of protection from adverse effects at the technological level (computer, software and hardware base of digital communications), as well as at the level of content distributed in the information and communication network "Internet" has been stated. The subjects of virtual communication in terms of their capabilities and practice of protection from adverse information impact have been described. The characteristic of various situations of social interaction, which may be threatened by unauthorized access to personal information – in financial, economic and official relations, – has been given.

A separate analysis has been made of the status of officials-subjects of the implementation of state powers in the authorities, which may be particularly vulnerable in the weak regulation

of malicious dissemination of false information in the information and communication network "Internet". Special attention has been paid to the substantiation of the possibilities of early detection of information threats to the functioning of basic social institutions – social trust and stability of social relations, solidarity, civilizational identity, interfaith peace and tolerance in a complex society.

The author's methodology has been presented in the article as a sociological research technology that includes the interpretation and operationalization of groups of information threats enshrined in the state concept of national security, the correct application of expert procedures to assess security against these threats, as well as the subsequent mathematical-statistical and logical interpretation of the data obtained. The proposals for the use of methods of social diagnostics of information security in the practice of social management in the process of transformation of modern society on the basis of digital technologies have been explained.

Keywords

Social diagnostics, Internet, digital society, information security, Internet content, information threats, digital technologies, digital sociology.

For citation

Kibakin M.V. (2019) Social diagnostics of information security of digital society: methodological and regulatory aspects. *Digital sociology*. Vol. 2, no 3, pp. 25–32. DOI: 10.26425/2658-347X-2019-3-25-32



В современных условиях развития цифрового социума, что включает в себя процессы становления институтов цифровизации социальных коммуникаций, построения цифровой экономики и расширения финансовых сервисов на основе виртуальных технологий удаленного доступа, а также глобализации информационных потоков, их все большую включенность в повседневную жизнь человека, важнейшей проблемой является обеспечение информационной безопасности социума.

В связи с этим закономерным является глубокая научно-методологическая проработка информационной безопасности, как объекта философского, правового, социально-политического изучения [Перчук, 2002; Артамонова, 2014; Мнацаканян, 2016], а также активное обсуждение этой проблематики в научной среде [Комкова, 2013; Понкин, Редькина, 2019; Шарахина, 2019] и публикации результатов научного изучения проблем развития цифрового социума [Алиева, 2019].

Методологической основой социальной диагностики информационной безопасности является прежде всего объектно-охранительная концепция защищенности базовых социальных институтов, социума и субъектов социальных отношений от внешних и внутренних угроз – факторов, которые могут нанести непосредственный вред их функционированию и жизнедеятельности.

Не менее важной на этом уровне является концепция защиты прав человека, применительно к обеспечению личных данных, создание условия защищенности частной жизни. Это связано с тем, что при всех положительных сторонах использования интернет-коммуникаций, в том числе социальных сетей, необходимо знать и помнить о возможности негативного использования предоставляемых персональных данных. Так, очевидно, что несанкционированное использование личной (частной, персональной информации) субъектов социального взаимодействия в цифровом обществе в противоправных целях может нанести не «виртуальный», а реальный (иногда непоправимый) вред человеку, а именно:

- опорочить честное имя, историю жизни, личную честь среди неограниченного числа лиц;
- унизить личное достоинство, что резко снижает социальную активность и социальное самочувствие;
- разрушить деловую репутацию, нанеся материальные убытки.

Прежде всего в условиях глобальной цифровизации существует опасность доступа к персональной информации пользователей социальной сети посторонним субъектам социального взаимодействия¹.

¹ Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации» / СЗ РФ от 12.12.2016 № 50 ст. 7074. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/ (дата обращения: 09.09.2019).

В нашей стране законодательно определено, что персональные данные:

- всякие сведения физического лица, как субъекта с частной жизнью;
- связанные с субъектом социального взаимодействия непосредственно или опосредованно.

К конституционным нормам в нашей стране отнесены:

- гарантии неприкосновенности частного социального пространства, частной жизни;
- гарантии защиты тайны, как семейной, так и личной;
- гарантии принятия мер по обеспечению неприкосновенности приватной жизни человека;
- гарантии защищенности чести человека, его доброго имени;
- гарантии законодательного обеспечения тайны обмена информации путем почтовых отправлений и переговоров по телефону;
- гарантии тайны сообщений посредством почты, телеграфа и других способов.

Лишь сам человек может дать разрешение на сбор информации о его приватной жизни, а также и хранение частных (персональных) сведений, тем более распространение личной информации о человеке. Особо в законодательстве закреплено понятие конфиденциальности персональной информации, которая может быть в целях социальной диагностики использовано в качестве квалифицирующего индикатора информационной безопасности личности.

Объектом социальной диагностики уровня защищенности от информационных угроз в цифровой социологии является процесс обработки личных сведений (персональных данных). При этом в качестве первичной информации могут быть выделены характеристики:

- поиска персональных сведений;
- широты сбора социальных фактов;
- фиксации (записи) конфиденциальной информации;
- алгоритмы систематизации личных характеристик;
- насыщение информацией специальных баз данных;
- надежное сохранение собранных первичных данных.

В силу постоянного развития социальных процессов, изменчивости социальных характеристик, в социологических исследованиях информационной безопасности необходима фиксация динамичных характеристик:

- постоянное уточнение персональных сведений, их обновление в рамках принятых регламентов;
- изменение квалификации выраженности характеристик.

Наконец, целесообразно фиксировать управленческо-организационные аспекты информационных процессов, как объекта социологического анализа, к которым относятся:

- релевантность регламентов извлечения персональных данных из баз данных;
- профессиональное (служебное) использование личных сведений;
- содержание и оптимальность механизмов передачи личной информации, в том числе распространение среди неопределенного круга лиц;
- порядок предоставления персональных сведений на законных основаниях уполномоченным субъектам социального управления;
- условия доступа к конфиденциальной информации;
- эффективность мер защиты информации, в том числе ее обезличивание, системное блокирование личных сведений на различных информационных и справочных ресурсах, правомерное удаление отдельных сведений, а также безвозвратное уничтожение данных о субъектах информационной защиты.

Социальные противоречия при реализации нормативных установлений в сфере защиты персональных данных в контексте информационной безопасности связаны с действием следующих факторов:

- недостаточной урегулированности прав на использование автоматизированных (обезличенных) систем сбора и обработки сведений частного характера;
- фрагментарностью норм, определяющих статус, полномочия и ответственность субъектов сбора данных – операторов, институтов информационной поддержки государственного управления, информационных сервисов;
- объективной неопределенностью социальных ситуаций трансформации персональных данных в общедоступные (например в отношении публичных лиц), а также наоборот (ограничение информации, которая противоречит принципам морали и нравственности).

В ситуации нормативного регулирования вопросов защиты личных сведений в системе обеспечения информационной безопасности личности важно указать на широкое использование механизма возмещение нанесенных убытков и (или) разумную компенсацию установленного морального вреда в институционально закреплённом судебном порядке в случае доказанного нарушения принципа неприкосновенности частной жизни. Одновременно в условиях цифрового общества, активного вовлечения населения в социальные интернет-практики, нормативно-правовое регулирование «отстает» от динамичного развития современных форм коммуникации, что приводит к тому, что защита персональной информации участников различных социальных сетей российским законодательством недостаточно эффективно.

Еще одной угрозой является возможность формировать через социальную сеть базу пользователей для рассылки спама. Открытость персональной информации пользователя социальной сети позволяет сформировать

досье на каждого без нарушения законодательства. Такие досье могут использоваться третьими лицами в различных целях, например, при решении вопроса о приеме на работу.

Еще одной проблемой является возможность несанкционированного изменения личной информации, что может нанести вред репутации пользователя.

Социальные сети, в свою очередь, ведут большую работу по совершенствованию своих систем безопасности. Отечественным законодательством предусмотрено право уполномоченных государственных структур на использование следующих институциональных механизмов информационной безопасности личности:

- обращение в судебные институты, подача исков по принятию мер защиты конкретного субъекта правоотношений;
- задействование административных регламентов по ограничению, прекращению, а в ряде случаев приостановлению процессов обработки личных сведений, доступных персональных данных;
- побуждению правоохранительных органов к квалификации противоправности и наказуемости неправомерного сбора и введения в оборот первичных данных.

Особое значение имеет вопрос о правомерности использования информации в социальных сетях при изучении сведений о потенциальном работнике работодателем или кадровой службой. Многие работодатели наблюдают за работниками в социальных сетях, проверяют представленные ими сведения. С одной стороны, доступ к своей информации в социальных сетях для других пользователей этого ресурса человек устанавливает самостоятельно. Если информация общедоступна, работодателю не требуется получать специальное разрешение для того, чтобы ознакомиться с ней.

Служебное поведение государственного служащего, как носителя определенной информации, находится под особым социальным контролем, которые включает в себя различные механизмы регулирования его профессиональной активности.

К ним относятся прежде всего юридические нормы по закреплению статуса государственного служащего, его особых прав при реализации функций государственного управления, дополнительных гарантий его неприкосновенности при исполнении служебных обязанностей и законодательно закреплённых полномочий, при одновременном ограничении и запрета его социальной активности². Эти нормы могут рассматриваться в качестве косвенных регуляторов включения государственного служащего в социальные сети, социальной активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет».

² Федеральный закон от 27 июля 2004 г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (ред. от 01.05.2019) / СЗ РФ от 02.08.2004 № 31 ст. 3215. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601 (дата обращения: 09.09.2019).

Государственно-правовые механизмы защиты государственной службы от информационных угроз, источником которых является интернет-активность государственных служащих, делятся по характеру воздействия на эту сферу социальных отношений на:

- механизмы предписывающего характера, включающие нормы реализации конкретных моделей поведения, действий и регламентов при выполнении стандартных и нестандартных задач профессиональной деятельности;
- запретительные механизмы, ограничивающие или делающие невозможными совершение определенных поступков, использования в некоторых формах социальной активности, которые все больше распространяются на социальную активность в виртуальном пространстве;
- механизмы рекомендательного характера, которые закрепляют общие правила, установления и квалификацию социальной активности, оценку связанных с ними информационных угроз, как нормы, которым целесообразно следовать для обеспечения личной информационной безопасности.

Следующая группа регуляторных механизмов профессиональной деятельности государственного служащего в условиях развития цифрового общества носит социокультурный, нравственно-ценностный характер. Важно указать при этом, что личная мораль государственного служащего является не только субъективным, личностно детерминированной и основанной лишь на собственных представлениях о «должном» и «желаемом» мировоззренческой модели, но и прежде всего культурно-историческими установлениями общества, в том числе «цифрового социума». При этом социальный контроль в системе информационной безопасности личности с особыми полномочиями предполагает установление и социальную диагностику соблюдения ими:

- нравственных, этических стандартов решения профессиональных задач;
- норм уважения и доброжелательности в коммуникациях с населением.

Целесообразно выделить группу организационно-управленческих механизмов предотвращения возникновения и негативного воздействия информационных угроз на государственного служащего, которые наиболее наглядно проявляются в системе подбора кадров. Эти механизмы должны снижать возможности включения в систему государственной службы лиц, которые готовы реализовать принципы демократизма и свободы самовыражения, с присущим им субъективностью и поливариантностью оценки моральных, этических, нравственных категорий, без должного соблюдения норм профессионального поведения и служебной этики. Это достигается как путем совершенствования норм

отбора, так и системной постоянной профессиональной подготовки, а также рационального и законного использования санкционных мер к нарушителям правил профессионального поведения и деятельности. Наиболее эффективными при этом являются меры внешнего воздействия на человека, если они связаны с интериоризацией человеком ценностей и норм общества, традиционной морали, которая в условиях цифрового общества продолжает оставаться основой личного сознательного выбора социально одобряемых норм поведения. Соответственно, кадровые механизмы должны включать формы формирующего воздействия на сознание государственного служащего, в том числе его установки на соблюдение правил распространения информации.

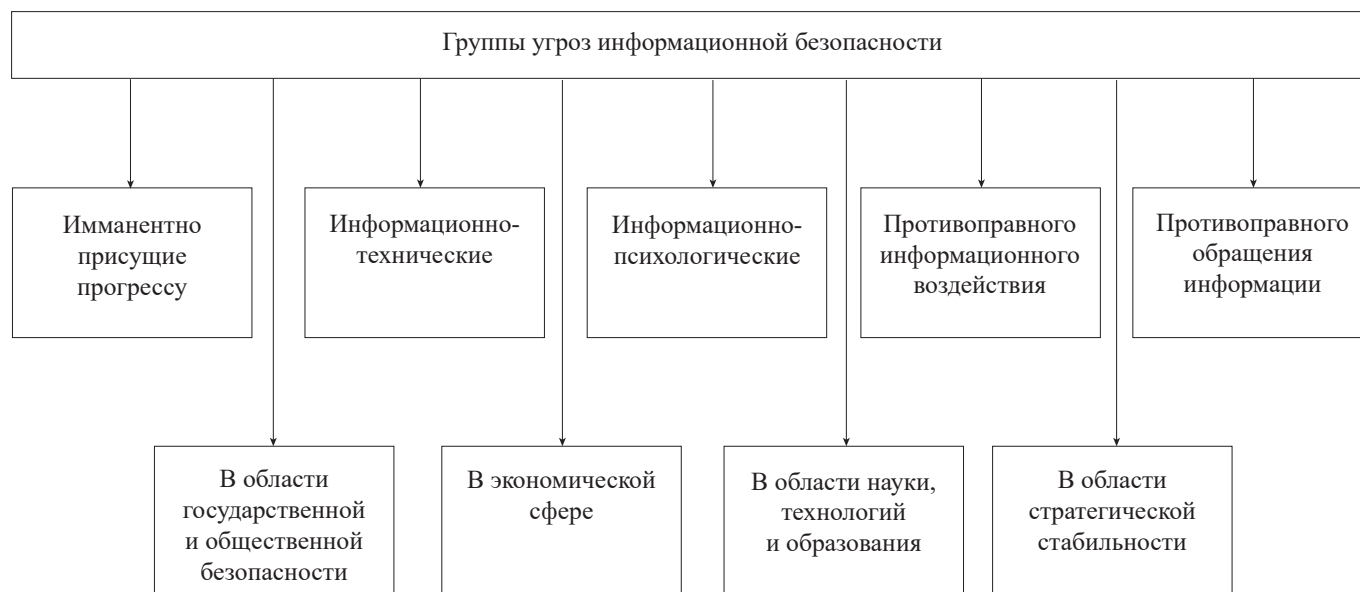
Свое место в характеристике механизмов обеспечения информационной безопасности государственных служащих, их ответственного поведения в социальных сетях, информационном пространстве является использование хорошо зарекомендовавшего себя зарубежного опыта внедрения системы предотвращения возникновения информационных угроз, в частности принятия всевозможных корпоративных правил, стандартов, принципов. Одним из примеров этого является Моральный кодекс американского общества государственного управления, который в определенной степени может послужить источником для уточнения правил поведения российских государственных служащих в цифровом обществе.

Однако, как показывает практика, периодически работники государственной власти допускают в своем поведении в социальных сетях отклонения от норм этики, позволяют себе высказывать оскорбления в адрес оппонентов и различные аморальные поступки. В связи с этим, неоднократно поднимался вопрос о создании свода правил поведения государственных служащих в Интернете, и в частности в социальных сетях.

На методическом уровне социальные диагностические процедуры опираются на индикативную нормативную модель, представляющую собой результат процедур интерпретации и операционализации актуальных угроз информационной безопасности нашей страны и российского социума³, что отражено в рисунке 1.

Соответственно, система подлежащие эмпирическому изучению сведения в области информационной безопасности личности, государства и социума представлены группой угроз (на высшем уровне обобщения), информационными угрозами (на среднем уровне обобщения), а также индикаторами (на первичном уровне) – непосредственно подлежащими фиксации первичными данными.

³ Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации» / СЗ РФ от 12.12.2016 № 50 ст. 7074. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/ (дата обращения: 09.09.2019).



Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Рис. 1. Актуальные угрозы информационной безопасности

Figure 1. Current threats to information security

Диагностическая модель включает совокупность первичных индикаторов информационной защищенности, а также их иерархические связи для объединения на уровне угроз и групп угроз.

Первая группа – информационные угрозы, имманентно присущие социально-экономическому развитию и влияющих на функционирование цифрового социума.

Социологическое исследование предполагает экспертную оценку защищенности от потенциальной информационной угрозы в силу внедрения информационных технологий в государственные институты и критические системы жизнеобеспечения без достаточной увязки с обеспечением безопасности, то есть использования информационных технологий в условиях недостаточного обеспечения информационной безопасности.

Вторая группа включает информационные угрозы функционированию институтов цифрового социума информационно-технического характера.

Учитывая технологическое доминирование США в контроле за всемирными интернет-ресурсами, глобальной информационно-коммуникационной инфраструктурой, социальной диагностике подлежит уровень противодействия информационной угрозе, связанной с технической разведкой различных стран в отношении институтов национальной безопасности, а также сил и средств, привлекаемых для обороны страны.

В третьей группе представлены угрозы информационно-психологического характера, влияющие прежде всего на социокультурную сферу цифрового социума.

В целях социальной диагностики информационной безопасности определяются способность нашего государства и общества противостоять:

- информационной угрозе, связанной с информационно-психологическим воздействием деструктивных акторов социального, религиозного, этнического характера, а также некоторых правозащитных организаций и инициативных групп на дестабилизацию внутривластной и социальной ситуации в российском социуме, социальных стратах и региональных локальных социальных сообществах;

- информационной угрозе в связи с предвзятостью зарубежных источников информации, информационных ресурсов Интернета против российского общества, его ценностей, традиций, символов и цивилизационной миссии;

- информационной угрозе воздействия на российское население в целях размывания традиционных российских духовно-нравственных ценностей, а также целенаправленного воздействия на молодежь России в целях размывания традиционных российских духовно-нравственных ценностей.

Четвертая группа угроз связана с использованием противоправными структурами механизмов информационного воздействия на все сферы функционирования цифрового социума, жизнедеятельности людей.

Эта область информационной безопасности приобретает особое значение в условиях различных региональных конфликтов. В современном цифровом обществе различные экстремистские организации, террористы получили возможность и используют

механизмы массового информационного негативного воздействия на основе цифровых платформ на мотивационно-ценностную основу сознания различных категорий людей. Цифровые технологии передачи экстремистской информации используются для достижения целей разрушения, вражды, ненависти, нетерпимости к представителям других религий, культур, национального самосознания.

В цифровой социологии социальные диагностические процедуры позволяют определить содержание и эффективность явных и скрытых технологий информационного влияния на установки личности, переформулирования у них морально-нравственной основы поведения. В отдельных случаях это может привести к привлечению новых сторонников в организации экстремистского и террористического характера.

Система индикаторов позволяет в рамках предлагаемой модели и оценку устойчивости институтов (объектов) критической информационной инфраструктуры в условиях информационно-психологического противоборства.

Пятая группа информационных угроз связана с противоправным обращением информации в цифровом социуме.

При этом требуется диагностика компьютерной преступности, которая приобретает в ряде случаев более тяжкий характер.

Требуется также фиксация социально «чувствительных» параметров информационной безопасности, а именно защищенность от противоправного использования информационных технологий в сфере нарушения конституционных прав и свобод человека и гражданина через неправомерный доступ к персональным данным, нарушения принципа обеспечения неприкосновенности частной жизни, личной и семейной тайны.

Особую, шестую группу составляют информационные угрозы в области государственной и социальной безопасности, социальная диагностика которых включает:

- определение уровня защищенности от атак компьютерными цифровыми информационно-технологическими средствами на различные объекты информационной инфраструктуры, которые имеют критическое значение для нашей страны;
- способность снижать уровень негативного воздействия применения информационных технологий в целях нанесения ущерба политической и социальной стабильности страны.

Седьмую группу составляют информационные угрозы в экономической сфере цифрового социума.

Социологическое исследование для определения защищенности от этих угроз включает определение возможностей Российской Федерации компенсировать уязвимости отечественной технологической базы цифрового социума недостаточного уровня развития

конкурентоспособных информационных технологий, зависимость от зарубежных информационных технологий, вычислительных технологий и средств связи на цифровых платформах.

Восьмая группа – информационные угрозы в сфере науки, технологий и образования цифрового социума.

Критичными в этой области являются:

- недостаточный уровень научных исследований в области информационных технологий;
- низкий уровень внедрения отечественных разработок в области информационной безопасности;
- неполное кадровое обеспечение в области информационной безопасности;
- низкая осведомленность населения в вопросах личной информационной безопасности;
- недостаточная системность проводимых в нашей стране мероприятий по обеспечению безопасности ее информационной инфраструктуры с точки зрения ее целостности, доступности и устойчивого функционирования.

Совокупность информационных угроз стратегической стабильности и равноправного стратегического партнерства российского общества с общественно-политическими системами общечеловеческой цивилизации составляет девятую группу.

Экспертной оценке в этой области подлежат:

- информационная угроза враждебного доминирования некоторых государств в информационном пространстве цифрового социума;
- информационная угроза несправедливого использования Интернета со стороны ряда государств, связанного с нанесением ущерба информационному пространству нашей страны, несправедливое управление со стороны некоторых государств обеспечением безопасного и устойчивого функционирования Интернета, входящей в информационное пространство российского социума.

Таким образом, цифровая социология в соответствии с современным уровнем развития сетевых технологий коммуникации, использования информационно-коммуникационных сетей в развитии общественных отношений, может обоснованно включить в объектно-предметную область своих исследований диагностику информационных вызовов, опасностей и угроз, а также обеспечения информационной безопасности цифрового социума.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Алиева Н.З. (2019). Глобальное цифровое пространство: методология проектирования безопасности человека и социума: монография. Новочеркасск: Лик. 111 с.
- Артамонова Я.С. (2014). Информационная безопасность российского общества: теоретические основания и практика политического обеспечения: автореф. дис.... д-ра полит. наук. Москва, 56 с.
- Комкова К.С. (2013). Безопасность персональной информации в социальных сетях: правовой аспект//Вестник южного научного центра, том 9, № 3, С. 71–73.
- Мнацаканян А.В. (2016). Информационная безопасность в Российской Федерации: уголовно-правовые аспекты: автореф. дис. ... канд. юр. наук. Москва, 41 с.
- Перчук Е.Е. (2002). Информатизация и информационная безопасность: Философско-методологические аспекты: автореф. дис.... канд. филос. наук, Москва, 25 с.
- Понкин И.В., Редькина А.И. (2019). Цифровые онтологии права и цифровое правовое пространство//Пермский юридический альманах. № 2. С. 24–37.
- Шарахина Л.В. (2019). Сегментирование целевых аудиторий, использование лидеров общественного мнения, экспертное позиционирование бренда в цифровом пространстве//Российская школа связей с общественностью. № 13. С.84–92.

REFERENCES

- Alieva N.Z. (2019), *Global digital space: methodology for designing human and social security: monograph* [Global'noe tsifrovoye prostranstvo: metodologiya proektirovaniya bezopasnosti cheloveka i sotsiuma: monografiya], Lik, Novocherkassk, 111 p. [in Russian].
- Artamonova Ya.S. (2014), *Information security of Russian society: theoretical foundations and practice of political support: autoref. dis.... Dr. politich. Sciences* [Informatsionnaya bezopasnost' rossiiskogo obshchestva: teoreticheskie osnovaniya i praktika politicheskogo obespecheniya: avtoref. diS.... d-ra politich. nauk], Moscow, 56 p.
- Komkova K.S. (2013), "Security of personal information in social networks: legal aspect" ["Bezopasnost' personal'noi informatsii v sotsial'nykh setyakh: pravovoi aspekt"], *Vestnik Yuzhnogo nauchnogo tsentra*, vol. 9, no. 3, pp. 71–73.
- Mnatsakanyan A.V. (2016), *Information security in the Russian Federation: criminal law aspects: autoref. dis. ... kand. Jus. sciences* [Informatsionnaya bezopasnost' v Rossiiskoi Federatsii: ugovno-pravovye aspekty: avtoref. dis. ... kand. yur. nauk], Moscow, Russia.
- Perchuk, E.E. (2002), *Informatization and information security: Philosophical and methodological aspects: autoref. dis.... cand.philos. sciences* [Informatizatsiya i informatsionnaya bezopasnost': Filosofsko-metodologicheskie aspekty: avtoref. diS.... kand.filos. nauk], Moscow, Russia.
- Perchuk E.E. (2002), "Informatization and information security: Philosophical and methodological aspects", [Informatizatsiya i informatsionnaya bezopasnost': Filosofsko-metodologicheskie aspekty:], *Autoref. dis.... Cand. philos. sciences'* [avtoref. diS.... kand. filos. nauk], Moscow.
- Sharakhina L.V. (2019), "Segmentation of target audiences, use of public opinion leaders, expert brand positioning in the digital space" [Segmentirovanie tselevykh auditorii, ispol'zovanie liderov obshchestvennogo mneniya, ehkspertnoe pozitsionirovanie brenda v tsifrovom prostranstve], *Russian school of public relations* [Rossiiskaya shkola svyazei s obshchestvennost'yu], no. 13, pp. 84–92.

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

- ¹ (2016), Decree of the President of the Russian Federation of December 5, 2016 No. 646 "On approval of the information security Doctrine of the Russian Federation", Collection of laws of the Russian Federation of December 12, 2016, No. 50, article 7074. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/ (accessed 09.09.2019).
- ² (2004), Federal law of July 27, 2004 No. 79-FZ "On the state civil service of the Russian Federation" (as amended on December 27, 2019)", Federal law of the Russian Federation of August 2, 2004, No. 31 article 3 215. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/ (accessed 09.09.2019).

Изучение социальных представлений об Армении с применением цифровых технологий

УДК 316.2 DOI 10.26425/2658-347X-2019-3-33-42

Получено 02.11.2019 Одобрено 19.12.2019 Опубликовано 31.12.2019

Комарова Анна Алексеевна

Доцент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7727-1296

E-mail: Komarova_a@inbox.ru

АННОТАЦИЯ

Проведено исследование социальных представлений об Армении как туристическом объекте с использованием цифровых данных статистик Яндекса, отзывов на туристических сайтах в совокупности с другими социологическими методами, такими как: контент-анализ газет и художественных произведений, анкетный социологический опрос. Обоснована актуальность социологических исследований с учетом цифровых источников информации, так как в настоящий момент сеть «Интернет» – главный поставщик данных о туристических странах.

Туризм в современной Армении – одна из интенсивно развивающихся хозяйственных отраслей, и страна ищет возможности дальнейшего роста этой отрасли, что и обеспечивает практическую значимость исследований, связанных с образом Армении и армянского народа в глазах туристов как реальных, так и потенциальных, только планирующих путешествие в эту страну.

Рассмотрено понятие социальных представлений в концепции Сержа Московичи. Описаны методологические особенности контент-анализа и его ограничения. Представлены результаты контент-анализа интернет-источников, а также публикаций и кинематографических источников по теме социальных представлений об Армении. В ходе исследования выявлены стереотипные суждения туристов, посещавших и не посещавших Армению. Также интерес представляет тот факт, что основными факторами, влияющими на формирование позитивного представления об Армении как объекте туризма, являются информированность туристов о достопримечательностях и культуре Армении и опыт посещения страны. Для сравнительного анализа данных выборка была разделена по категориям опрошенных: посещавшие и не посещавшие Армению в качестве туристов, пол, возраст (в каждой категории по две равнонаполненные группы).

Ключевые слова

Яндекс-статистика, социальные представления, контент-анализ, смысловые единицы, кинематограф, туризм, стереотипные суждения, Армения.

Цитирование

Комарова А.А. Изучение социальных представлений об Армении с применением цифровых технологий // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 3. С. 33–42.



The study of social perceptions about Armenia by digital technologies

DOI 10.26425/2658-347X-2019-3-33-42

Received 02.11.2019

Approved 19.12.2019

Published 31.12.2019

Komarova Anna

Associate Professor, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-7727-1296

E-mail: Komarova_a@inbox.ru

ABSTRACT

The study of social perceptions of Armenia as a tourist destination using digital statistics from Yandex, reviews on tourist sites in conjunction with other sociological methods, such as “content analysis” of newspapers and artworks and questionnaire survey has been carried out. The relevance of sociological research, taking into account digital sources of information, since the Internet is currently the main provider of data on tourist countries, has been substantiated.

Tourism in modern Armenia is one of the economic sectors developing at the most intensive pace, and the country is looking for opportunities for further development of this industry, which ensures the practical significance of research related to the image of Armenia and the Armenian people in the eyes of tourists, both real and potential, just planning a trip to this country.

The concept of social representations in the concept of Serge Moscovici has been considered. The methodological features

of the content analysis method and its limitations have been described. The results of content analysis of Internet sources, as well as publications and cinematic sources on the topic of social representations about Armenia have been presented. The study has revealed stereotypical judgments of tourists who visited and did not visit Armenia. Also of interest is the fact that the main factors influencing the formation of a positive view of Armenia as an object of tourism are tourist awareness of the sights and culture of Armenia and experience of visiting the country. For comparative data analysis, the sample was divided into the following categories of respondents: who visited and did not visit Armenia as tourists, gender, age (two equally filled groups in each category).

Keywords

Yandex-statistics, social representations, content analysis, semantic units, cinema, tourism, stereotypical judgments, Armenia.

For citation

Komarova A.A. (2019) The study of social perceptions about Armenia by digital technologies. *Digital sociology*. Vol. 2, no 3, pp. 33–42. DOI: 10.26425/2658-347X-2019-3-33-42



ВВЕДЕНИЕ

Современное мировое пространство имеет ряд особенностей. Ситуация на международной арене усложняется. Увеличивается скорость принятия решений на всех уровнях власти, повышается роль и доступность информации, которая становится мощным фактором воздействия на все сферы жизни. При таком динамизме значение позитивного социально-психологического представления о стране, как необходимого инструмента для достижения своих целей, возрастает. Формирование позитивного социально-психологического представления о государстве является на сегодняшний день одной из важных задач национального масштаба, это та точка роста, где позитивный имидж улучшает экономические потоки, усиливает доверие к товарам и услугам страны, влияет на экономико-политическую ситуацию. В процессе формирования благоприятного представления страны не последнее место занимают туристические связи, сфера туристических услуг.

После распада Советского Союза образовался ряд независимых государств (в том числе и Армения), которые нуждаются в формировании позитивного внешнего образа. Эту задачу можно решить, в частности, посредством поиска социально-психологических факторов формирования представлений об Армении как объекте туризма.

На сегодняшний день Армения находится в непростых политических и экономических условиях (незавершенная война, частичная транспортная блокада и, как следствие, слаборазвитая экономика), потенциал для создания ее положительного образа довольно благоприятен. В свете изложенных выше условий особое значение для Армении приобретает развитие туризма и сети туристических услуг, которые могут стать не только основным средством для пополнения государственного бюджета, но и мощным каналом для формирования представлений о стране как объекте туризма. Для развития туризма в стране есть все предпосылки: богатство и разнообразие природы, древняя история, мощная и многослойная культура, многочисленные архитектурные памятники, богатые и своеобразные традиции, гостеприимство и доброжелательность армянского народа и т.д.

Формирование представлений об Армении в силу отсутствия или неэффективности его механизмов сегодня происходит стихийно. Для того, чтобы разработать стратегию формирования благоприятного образа Армении, необходимо обладать инструментарием, который позволяет выявить современное состояние социально-психологических представлений о стране и влияющие на них факторы.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ОБ АРМЕНИИ

В рамках социологических теорий и теорий социальной психологии исследование социальных представлений представлено довольно широко: от Дюркгейма и Вундта, Г. Зиммеля до современных исследователей.

Однако, классическая теория С. Московичи по-прежнему сохраняет свою актуальность. Московичи под социальными представлениями понимает определенный набор образов, идей и метафор, достаточно гибко связанных друг с другом. Люди в различных культурных общностях формируют и создают отличные образы социальной реальности, и их представления также будут различаться. Это динамическая система, основанная, с одной стороны, на историзме коллективных представлений, которые передаются от поколения к поколению, и связаны с ценностями и нормами общества, традициями, с другой стороны, – на современных средствах коммуникации и личном опыте, который позволяет уходить от стереотипов и вносить свежую струю в коллективные представления. Основное назначение исследования социальных представлений – анализ и помощь в решении актуальных общественных проблем. Анализировать представления необходимо на уровне коллективных обобщенных представлений, общего социального контента [Moscovici, 1993].

В статье рассмотрены социальные представления в разрезе исследования представлений об Армении как туристическом объекте. Социальные представления очень важны, так как они предшествуют формированию установки и в дальнейшем, действию, например принятию решения о поездке. А туризм в современной Армении – одна из интенсивно развивающихся хозяйственных отраслей, и страна ищет возможности дальнейшего роста этой отрасли.

Общество – источник интерпретаций, отражения социальной реальности в массовом сознании. Выразителем этих социальных представлений является язык, без которого любые исследования представлений оказались бы попросту невозможны, в нем зашифрованы ответы на интересующие исследователей вопросы. Содержание коллективных представлений хоть и обладает изменчивостью, но это довольно инертная структура, так как они создаются и поддерживаются обществом в целом. Источником социальных представлений могут быть знания и убеждения, причем довольно трудно разграничить вес каждого фактора в процессе формирования социальных представлений [Кошура, 2012].

Контент-анализ оказывается одним из доступных методов для изучения социальных представлений в заданной исследовательской области. Этот метод относится к качественно-количественным и служит для измерений и анализа содержания с позиций выявления

стиля, направленности и особенностей данных, в этих документах содержащихся. Отличительными чертами метода является то, что документ не вырван из своего социального контекста. В работе он использовался в сочетании с другими методами, однако в рамках статьи нет возможности описать все полученные результаты. Удобство метода заключается в том, что стало возможным проанализировать интернет-источники, а также изучить кинематографический и литературный материал.

Для соблюдения валидности исследования, с целью фиксации необходимых характеристик, необходимо пройти процесс формализации, выбрать необходимые счетные единицы исследования. Ими являются смыслообразующие группы характеристик и отдельные характеристики объекта изучения.

Были определены следующие единицы анализа:

- природные условия (климат, ландшафт);
- личностные качества армян;
- культура (история страны, архитектура, основные достопримечательности);
- национальная кухня.

Для контент-анализа были выбраны смыслообразующие единицы, в дальнейшем сравнивались доли их присутствия в тексте.

1. Первый этап исследования был пилотажным. Цель проведения контент-анализа – выявить стереотипные суждения туристов, посещавших и не посещавших Армению. Источниками контент-анализа выступили публицистические ресурсы, кинематографический материал и интернет-источники. На первом этапе исследования был отобран ряд документов, кинокартин, интернет-сайтов, содержащих информацию об Армении и жизнедеятельности армянского народа, а также отзывы туристов, хотя бы раз посещавших Армению.

Исследованы следующие периодические печатные издания: «Ереван» (журнал с акцентом), «Мир спорта», «Армения Мир», «Ленинград ухи», «Веселый паровозик» (детский познавательно-развлекательный журнал), «Моя планета», «Мир науки», «Архитектура и строительство», «21-й век», «Глобус», «Экономика и право», «Защитник закона» (научно-методический журнал), «Арабат» (еженедельник), LUXURY (новости шоу бизнеса), «Де Факто» (общественно-политический журнал), Yes (новости шоу бизнеса). Печатные источники информации выбраны с учетом периодичности выхода тиража, массовости и области распространения (охвата).

В рамках художественной литературы были отобраны: У. Сароян «Человеческая комедия», Н. Абгарян «Люди, которые всегда со мной», А. Ширванзаде «Хаос», Нар-Дос «Рассказы и повести», Раффи «Самвел», «Геворг Марзпетуни» Мурацян, Г. Сундукян «Пэпо», Е. Чаренц «Стихи», О. Туманян «Избранные произведения», П. Севак «Избранное», А. Назинян «Армянские народные сказки», А.С. Айвазян

«Треугольник», Х. Абовян «Раны Армении», Р. Качар «Наапет», Г. Агаян «Сказки», Г. Матевосян «Хозяин», А. Вахтанг «Пленники Барсова ущелья», С. Ханзаян «Мхитар Спарпет», Ю. Саакян «Добрый стол», С. Арамазд «Армен», В. Ананян «На берегу Севана», М. Арен «Рождественский ангел», Г. Нарекаци «Книга скорбных песнопений».

Кинематографические измерения включали анализ художественных фильмов: «Хозяин и слуга» (актер Ф. Мкртчян), «Здравствуй, это я!» (режиссер Ф. Довлатян с участием А. Джигарханяна, Р. Быкова, М. Тереховой), «Треугольник» (с участием А. Джигарханяна, С. Саркисяна, Ф. Мкртчяна), «Цвет граната» (шедевр мирового кинематографа, фильм гениального армянского кинорежиссера, легенды мирового кинематографа С. Параджанова), «Мужчины» (первый армянский фильм с элементами эротики, 1972 г.), «Невеста с севера» (фильм можно по праву назвать первым армянским мюзиклом), «Братья Сарояны» (с участием Ф. Довлатяна и Х. Абрамяна), «Мы и наши горы» (с участием Ф. Мкртчяна), «Шелковица» (один из самых удачных короткометражных фильмов «Арменфильма»), «Армения Мир», «Пощечина» (фильм является одним из самых трогательных армянских фильмов о любви с участием С. Чиаурели и Г. Беляевой), «Гикор» (трогательный фильм, который ни одному зрителю не удалось досмотреть без слез).

Также проанализированы телесериалы: «Эдеми гахтннкеры» («Секреты Эдема»), «Мехрамис» («Медовый месяц») «Втангавор Хахер» («Опасные игры»), «Кянки Гины» («Цена жизни»), «Банакум» («В армии»), «Рештакнери дпроцы» («Школа Ангелов»), «Ворогаит» («Западня»), «Вендетта», «Похнак майры» («Мачеха»), «Харазат Тшнами» («Родной Враг»), «Врижару» («Мститель»), «Такнвац сер» («Скрытая любовь») «Каяран» («Станция»), «Верварацнерн» («Перевертыши»), «Лрагрохнеры» («Журналисты»), «Абели куйры» («Сестра Абела»), «Верадарц» («Возвращение»).

Еще одной измерительной площадкой выступили ресурсы сети «Интернет» (далее – Интернет). В выборку вошли отзывы на сайтах туристических компаний: «Турист»¹, Tury.ru², Travel.ru³, Barev Armenia⁴, Armenia Tours⁵, TurСводка.ru⁶, «ТОтзыв.ru»⁷, Travel Armenia⁸, «Тонкости туризма»⁹, Туристический оператор

¹ Режим доступа: <http://www.tourister.ru/> (дата обращения: 10.10.2019).

² Режим доступа: <http://www.tury.ru/> (дата обращения: 10.10.2019).

³ Режим доступа: <http://reports.travel.ru> (дата обращения: 10.10.2019).

⁴ Режим доступа: <https://barevarmenia.ru/> (дата обращения: 10.10.2019).

⁵ Режим доступа: <http://armeniatours.org/> (дата обращения: 10.10.2019).

⁶ Режим доступа: <http://www.tursvodka.ru/> (дата обращения: 10.10.2019).

⁷ Режим доступа: <http://www.totzyv.ru/> (дата обращения: 10.10.2019).

⁸ Режим доступа: <http://travel-armenia.ru/> (дата обращения: 10.10.2019).

⁹ Режим доступа: <http://tonkosti.ru/> (дата обращения: 10.10.2019).

«Сага ТМ»¹⁰, Ayda.ru – Отзывы туристов¹¹, Туризм.ру – Отели Еревана¹².

2. На втором этапе исследования была выделена единица анализа – понятие «Армения».

В связи с этим интересно проанализировать с помощью статистики ключевых слов Яндекс.Вордстат¹³, насколько популярен запрос слова «Армения». История запросов в этом поисковике по ключевому слову «Армения» с линией тренда за неполные два года представлена на рисунке 1.

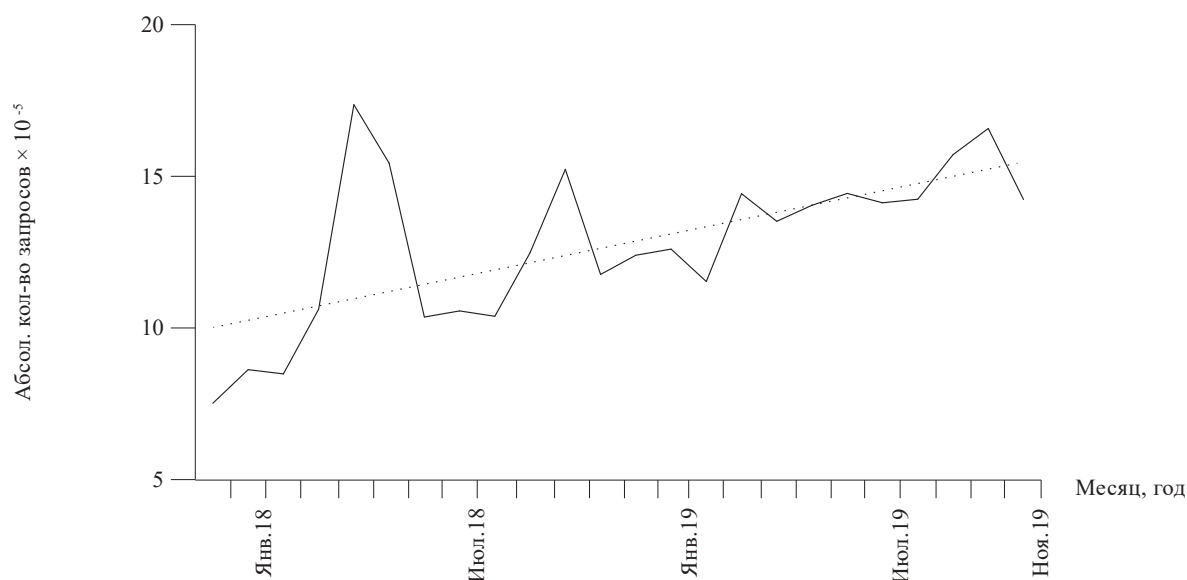
Если проанализировать абсолютные значения запросов, то максимумы приходятся на апрель и сентябрь-октябрь, причем можно заметить, насколько сильно выросла частота таких запросов в 2019 г. по отношению к 2018 г. Действительно, судя по климатическим условиям страны, это идеальные месяцы для комфортного времяпрепровождения в Армении в качестве туристов. Пик запросов обычно приходится на месяц, предшествующий поездке. Также нас интересовали запросы, включающие в себя слово «Армения». Это помогло дать общую картину запросов и понять, какая именно информация интересует пользователей Интернета об Армении. Лидируют такие запросы, как «Армения», «новости Армении», «Армения сегодня», «Россия Армения», «Армения ТВ» и т.д., т.е. по смысловому наполнению запросы достаточно разнообразны, из чего можно сделать вывод, что «Арменией» интернет-аудитория интересуется очень активно.

¹⁰ Режим доступа: <http://www.saga.ua/> (дата обращения: 31.10.2019).

¹¹ Режим доступа: <https://www.ayda.ru/> (дата обращения: 31.10.2019).

¹² Режим доступа: <http://hotels.turizm.ru/armenia/yerevan> (дата обращения: 31.10.2019).

¹³ Статистика ключевых слов Яндекс.Вордстат. Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru> (дата обращения: 31.10.2019).



Источник / Source: [wordstat.yandex.ru]

Рис. 1. Абсолютное значение запросов по слову «Армения» по месяцам за период 01.12.2017–31.10.2019 гг.

Figures 1. Absolute value of requests for the word "Armenia" by month for the period December 1, 2017 – October 31, 2019

1. «Мужчины» (1972, режиссер Э. Кеосаян, СССР). В фильме показаны интересные пейзажи, ландшафты Армении и достопримечательности Еревана, в частности. Это фильм о любви и помощи друзей. В картине показаны любовные переживания молодых людей, что понятно всем независимо от национальной принадлежности.

2. «Невеста с севера» (1975, режиссер Н. Оганесян, СССР).

3. «Песня первой любви» (1958, режиссеры – Л. Вагаршян, Ю. Ерзинкян, СССР). Каждый старый ереванский дворик – это свой уютный мир. И вот, в одном из таких мирков Арсен – сын обычного каменотеса, стал любимчиком судьбы, у него открылся дар певца. Рано вкусил он плод славы и отравился ее приторными плодами. Став известным певцом, он стал груб и заносчив, стал кутить по ночам с друзьями и забыл о семье и своем учителе музыки, которому был обязан нынешним положением.

Здесь представлен анализ кинокартин, снятых еще в советское время. Это было сделано с целью показать тесную связь между нашими народами, между целыми поколениями, воспитанными на общей идеологии, общих нормах поведения и жизнедеятельности. Конечно, в современном кинематографе существует большое количество новых кинокартин, сериалов, в Армении снимается много фильмов совместного производства. Но кинокартины, снятые в советский период времени, уже давно стали классикой и узнаваемы несколькими поколениями опрошенных, независимо от социального статуса и языка общения.

Итак, в результате контент-анализа всех источников были получены и сформированы 20 стереотипных суждений об Армении и об армянах, в частности, так как образ страны складывается из поведения ее народа.

Как известно, стереотип – принятый в исторической общности образец восприятия, фильтрации, интерпретации информации при распознавании и узнавании окружающего мира, основанный на предшествующем социальном опыте. Система стереотипов представляет собой социальную реальность. Однако стереотип может очень сильно исказить действительность / реальную ситуацию (точно также, как и «наешивание ярлыков»). Поэтому респондентам в ходе исследования было предложено оценить суждения-стереотипы об Армении по степени согласия с данными суждениями, где «1» – абсолютно не согласен, а «5» – полностью согласен.

Рассмотрим полученные ответы (для визуализации и анализа данных были рассчитаны средние и медианные значения). Ответы были распределены на три основные зоны:

- зона ядра (частота встречаемости признака находится в интервале от 27 до 19, средний ранг – не менее 4,50 и не более 5,00);
- переходная зона изменений социального представления (частота встречаемости признака находится в интервале от 18 до 10, средний ранг от 3,00 до 4,49);
- зона периферии (частота встречаемости признака находится в интервале от 9 до 0, средний ранг от 1,00 до 2,90) (табл. 1).

Таблица 1. Результаты информационно-целевого анализа стереотипных представлений об Армении

Table 1. Results of information and target analysis of the stereotypical views about Armenia

Элементы структуры социальных представлений	Суждения-стереотипы	Среднее значение	Медиана
Ядро	Армения – страна древней цивилизации, носительница многовековых культурных традиций	4,73	5,00
	Армяне любят застолья	4,70	5,00
	Армения – музей под открытым небом	4,63	5,00
	Армяне – дружелюбный народ	4,63	5,00
	Армения! Везде отпечаток величия и древности	4,59	5,00
	Большинство армян – верующие люди	4,57	5,00
	Армянский народ достаточно миролюбивый	4,50	5,00
Переходная зона	Армения – страна, в которой возвышается гора Арарат, где растет вкусный виноград	4,30	5,00
	Армения – колыбель цивилизации	3,86	4,00
	На земном шаре нет другой страны, которая была бы так насыщена чудесами, как земля армян	3,59	4,00
	Большинство армянских семей – многодетные	3,59	3,00
	Армения – мононациональная страна	3,47	4,00
	Армения – страна, в которой работает «Армянское радио», отвечающее на любой вопрос	2,96	3,00

Окончание табл. 1

Элементы структуры социальных представлений	Суждения-стереотипы	Среднее значение	Медиана
Периферия	Среди армян нет алкоголиков	2,71	3,00
	Национальным меньшинствам сложно жить в Армении из-за притеснений со стороны армян	2,27	2,00
	В Армению опасно ездить женщинам без мужского сопровождения	1,80	1,00
	В Армении опасно ходить по улицам в вечернее и ночное время	1,64	1,00
	В Армении высокая преступность	1,46	1,00
	В Армении практически не знают русского языка	1,39	1,00
	В Армению опасно ездить из-за сложной социально-политической обстановки	1,31	1,00

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Мы можем видеть, что позитивные высказывания об Армении, входящие в ядро, имеют и среднее, и медианное значение 5, что свидетельствует о высокой степени согласия с этими утверждениями. Также опровергаются стереотипы, что Армения – опасная страна с высоким уровнем преступности.

Выявлено, с чем в первую очередь у респондентов ассоциируется страна, направленная на внешний туризм. Для этого рассчитаны медианные значения по каждой характеристике-ассоциации (рис. 2). Пиковое значение наблюдается у характеристики «экскурсии по достопримечательностям». Также туристическая страна ассоциируется у респондентов

с наличием моря, городской досуговой инфраструктурой, музеями. Туристы, уже посещавшие Армению, особо отметили ассоциацию туристической страны с жаркими солнечными днями почти круглогодично.

Опрошенным оценили суждения-стереотипы об Армении по степени согласия с данными суждениями, где «1» – абсолютно не согласен, а «5» – полностью согласен (рассчитаны медианные и модальные значения). Целый ряд высказываний показал различия в оценке между туристами, посещавшими Армению и потенциальными туристами. Высказывания, где есть различия, выделены полужирным шрифтом (табл. 2).



Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Рис. 2. С чем ассоциируется страна, направленная на внешний туризм (медианы, где «1» – наименьшая степень, а «5» – наивысшая степень ассоциации)

Figure 2. What is associated with a country aimed at external tourism (medians, where “1” is the lowest degree, and “5” is the highest degree of association)

Таблица 2. Сравнительный анализ стереотипического восприятия

Table 2. Comparative analysis of stereotypical perception

Стереотипы	Медиана (посещали)	Медиана (не посещали)	Мода (посещали)	Мода (не посещали)
В Армению опасно ездить из-за сложной социально-политической обстановки	1	2	1	1
Армения – страна, в которой возвышается гора Арарат, где растет вкусный виноград	5	5	5	5
В Армении практически не знают русского языка	1	1	1	1
В Армении высокая преступность	1	2	1	2
Армения – музей под открытым небом	5	4	5	5
Армения! Везде отпечаток величия и древности	5	4	5	5
В Армении опасно ходить по улицам в вечернее и ночное время	1	2	1	1
На земном шаре нет другой страны, которая была бы так насыщена чудесами, как земля армян	4	3	5	3
Армяне любят застолья	5	5	5	5
Армения – колыбель цивилизации	4	3	5	3
Армяне – дружелюбный народ	5	5	5	5
Армения – мононациональная страна	4	3	5	3
Армения – страна, в которой работает Армянское радио, отвечающее на любой вопрос	3	3	3	3
Среди армян нет алкоголиков	3	3	3	3
Армения – страна древней цивилизации, носительница многовековых культурных традиций	5	4	5	5
Большинство армян – верующие люди	5	4	5	5
Национальным меньшинствам сложно жить в Армении из-за притеснений со стороны армян	2	3	1	3
Армянский народ достаточно миролюбивый	5	4	5	4
Большинство армянских семей – многодетные	3	4	3	4
В Армению опасно ездить женщинам без мужского сопровождения	1	3	1	3

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Так как выявлены различия по медианным значениям, то рассчитан непараметрический критерий Манна-Уитни (для двух несвязанных выборок) с целью выяснить, существуют ли статистически значимые

различия между посещавшими и не посещавшими Армению. В таблице 3 приведены выявленные статистически значимые различия по ряду суждений-стереотипов (асимптотическая значимость меньше или равна 0,05).

Таблица 3. Сравнительный анализ статистической значимости суждений

Table 3. Comparative analysis of the statistical significance of judgments

Стереотипы-суждения	Асимптотическая значимость (двухсторонняя)
В Армению опасно ездить из-за сложной социально-политической обстановки	0,000
В Армении высокая преступность	0,000
В Армении опасно ходить по улицам в вечернее и ночное время	0,000
Армяне – дружелюбный народ	0,011
Большинство армян – верующие люди	0,010
Национальным меньшинствам сложно жить в Армении из-за притеснений со стороны армян	0,050

Окончание табл. 3

Стереотипы-суждения	Асимптотическая значимость (двухсторонняя)
Армянский народ достаточно миролюбивый	0,000
Большинство армянских семей – многодетные	0,017
В Армению опасно ездить женщинам без мужского сопровождения	0,000

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Статистика запросов в Яндекс также показывает, что потенциальные туристы активно ищут через поисковую систему достопримечательности Армении. Показатель региональной популярности (Affinity index) демонстрирует, что лидерами российских запросов являются Ставропольский край (177 %), Москва и московская область (176 %), Краснодарский край (160 %), Воронеж и Воронежская область (158 %) и Ростовская область (130 %). Следует отметить, что Яндекс – отечественная поисковая система, поэтому адекватная статистика собирается на территории Российской Федерации, мировые данные лучше исследовать через Гугл-аналитику.

Экономическая сторона вопроса. В среднем, опрошенные, посещавшие Армению, готовы потратить на поездку (из расчета на одного взрослого человека на 7 дней, без учета авиаперелета) в среднем 47 000 рублей. Медиана стоимости тура приходится на отметку в 40 000 рублей; Не посещавшие страну в качестве туристов готовы потратить на поездку в среднем 43 000 рублей (медиана – 30 000).

Таким образом, респонденты, посещавшие Армению готовы потратить на поездку большую сумму денег, чем респонденты не посещавшие страну. Чтобы понять, существует ли какое-то статистически значимое различие между сравниваемыми группами, рассчитан непараметрический критерий Манна-Уитни для двух независимых групп респондентов. Асимптотическая значимость равна 0,077, что больше 0,05, следовательно, между сравниваемыми

группами опрошенных не было выявлено статистически значимых различий по критерию «финансовые затраты на поездку».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

«Благоприятное представление о государстве является обязательным условием защиты интересов граждан, эффективного ведения переговоров, заключения выгодных деловых соглашений» [Довжик, Смба- тьян, 2015, с. 24]. Исследование показало, что в России существует большой интерес к Армении, ее культуре. Доминирующие представления об Армении – как о стране древней цивилизации, носительнице много- вековых культурных традиций. Интернет в настоящее время является главным источником получения информации о стране, ее истории, культуре и досто- примечательностях. Пользователи активно посещают туристические сайты, оставляют отзывы о посещении страны. Выявлены значимые различия восприятия Армении как объекта туризма между туристами, уже посетившими страну и потенциальными туристами. У туристов с опытом посещения Армении отмечается более положительная оценка безопасности страны, ее культурного потенциала и дружелюбия ее граж- дан. Армения – древняя и прекрасная страна с бога- той историей, и исследования в области социологии и социальной психологии могут помочь в приклад- ной задаче развития туризма и расширения инфор- мационного поля.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Довжик Г.В., Смба- тьян С.А. (2015). Влияние позитивного имиджа страны на уровень развития туризма в регионе//Вестник университета. № 4. С. 24–27.
- Качур А.С. (2017). СМИ как инструмент формирования имиджа страны и социальных настроений населения//Социология в современном мире: наука, образование, творчество. № 9-1. С. 161–164.
- Кошур А.А. (2012). Социальные представления о странах у студентов вузов//Вестник Череповецкого государственного университета. № 4. С. 145–148.
- Смба- тьян С.А. (2015). Особенности формирования представлений об имидже страны посредством каналов массовых коммуникаций//Мате- риалы XX международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы управления – 2015», Государственный университет управления, Вып. 4. М.: Издательский дом ГУУ, С. 19–20.
- Moscovici S. (1993). Introductory Address//Papers on social representations. V. 2. No. 3. P. 160–170.

REFERENCES

- Dovzhik G.V. and Smbatyan S.A. (2015) The Influence of a positive image of the country on the level of development of tourism in the region [Vliyanie pozitivnogo imidzha strany na uroven' razvitiya turizma v regione], *Vestnik universiteta*, no. 4, pp. 24–27.
- Kachur A.S. (2017) Mass media as a tool for forming the country's image and social moods of the population [SMI kak instrument formirovaniya imidzha strany i sotsial'nykh nastroyenii naseleniya], *Sotsiologiya v sovremennom mire: nauka, obrazovanie, tvorchestvo*, no. 9-1, pp. 161–164.
- Koshura A.A. (2012) Social perceptions of countries among university students [Sotsial'nye predstavleniya o stranakh u studentov VUZov], *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 4, pp. 145–148.
- Moscovici S. (1993) Introductory Address, *Papers on social representations*, vol. 2, no. 3, pp. 160–170.
- Smbatyan S.A. (2015) Peculiarities of formation of representations about the image of the country through channels of mass communication [Oso-bennosti formirovaniya predstavlenii ob imidzhe strany posredstvom kanalov massovykh kommunikatsii], *Proceedings of the XX international scientific-practical conference "Actual Management Issues – 2015"* [Materialy XX mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Aktual'nye problemy upravleniya – 2015"], I. 4, State University of Management, Moscow, pp.19–20.

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

- ¹ Available at: <http://www.tourister.ru/> (accessed 10.10.2019).
- ² Available at: <http://www.tury.ru/> (accessed 10.10.2019).
- ³ Available at: <http://reports.travel.ru> (accessed 10.10.2019).
- ⁴ Available at: <https://barevarmenia.ru/> (accessed 10.10.2019).
- ⁵ Available at: <http://armeniatours.org/> (accessed 10.10.2019).
- ⁶ Available at: <http://www.tursvodka.ru/> (accessed 10.10.2019).
- ⁷ Available at: <http://www.totzyv.ru/> (accessed 10.10.2019).
- ⁸ Available at: <http://travel-armenia.ru/> (accessed 10.10.2019).
- ⁹ Available at: <http://tonkosti.ru/> (accessed 10.10.2019).
- ¹⁰ Available at: <http://www.saga.ua/> (accessed 31.10.2019).
- ¹¹ Available at: <https://www.ayda.ru/> (accessed 31.10.2019).
- ¹² Available at: <http://hotels.turizm.ru/armenia/yerevan> (accessed 31.10.2019).
- ¹³ *Keyword statistics at Yandex*. Available at: <https://wordstat.yandex.ru> (accessed 31.10.2019).