



ТРУДЫ

института бизнес-коммуникаций

Том 4

2018

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»

ТРУДЫ
ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

Научное издание

2018 • Том 4

*Под общей редакцией кандидата педагогических наук,
доцента М. Э. Вильчинской-Бутенко*

Санкт-Петербург
2018

ТРУДЫ ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ
2018 • Том 4

УДК 3:7:65(082.1)

ББК 6/8я43

Т78

Редакционная коллегия:

д-р техн. наук, доцент Н. Н. Рожков

д-р экон. наук, профессор М. Н. Титова

канд. пед. наук, доцент М. Э. Вильчинская-Бутенко

канд. культурологии, доцент О. Н. Судакова

Т78 *Труды института бизнес-коммуникаций. Т. 4. / Минобрнауки РФ ; ФГБОУ ВО «С.-Петербург. гос. ун-т промышленных технологий и дизайна» ; под общ. ред. М. Э. Вильчинской-Бутенко. – СПб.: СПбГУПТД, 2018. – 137 с.*

ISBN 978-5-7937-1564-5

Сборник включает статьи по актуальным на данный момент вопросам образования, журналистики, рекламы, экономики, управления, искусствоведения, дизайна, разрабатываемых ведущими преподавателями института бизнес-коммуникаций, нашими коллегами из других вузов и профессиональных сообществ, а также молодыми исследователями – бакалаврами, магистрантами и аспирантами.

УДК 3:7:65(082.1)

ББК 6/8я43

ISBN 978-5-7937-1564-5

© ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2018.

СОДЕРЖАНИЕ

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

<i>Гончарова М. С.</i> Цветовой дизайн на территориях бывшей индустриальной застройки	5
<i>Кошкина О. Ю.</i> Аналитические копии и художественное толкование эрмитажных полотен в творчестве Альберта Бакуна	12
<i>Лисицкая Е.</i> Аэрография и изобразительное искусство	26
<i>Рахимова А. К., Якуничева Е. Н.</i> Цифровое искусство и его жанры	34
<i>Стариков С. А., Грачков В. А., Алешина Д. А.</i> Дизайн кроков со славянской символикой	41

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

<i>Горелова И. В.</i> Перспективы использования инструментов SEO-анализа для оценки территориальных стратегий	47
<i>Жикина О. В.</i> Разработка методики стратегического управления человеческим интеллектуальным капиталом организации	53
<i>Макаренко Е. А.</i> Основные тенденции развития сельхозстрахования в России	62
<i>Соловьева Т. С.</i> Зарубежный опыт социального обеспечения и проблемы его реализации в России	69
<i>Третьякова Е. П.</i> Технологизация управления: методический подход	78

ПЕДАГОГИКА И ОБРАЗОВАНИЕ

<i>Аверина Л. В.</i> Научно-образовательные проблемы в сфере закупок	84
<i>Савина Н. В.</i> Самоорганизация и саморазвитие как универсальные компетенции будущих магистров педагогики	89

ЖУРНАЛИСТИКА, РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

<i>Добкина М. Ю., Дементьева К. В.</i> Освещение трагедии в Кемерово в официальных группах телевизионных СМИ и информационных агентств социальной сети «ВКонтакте»: оперативность и полнота предоставляемых данных	96
<i>Корочкова С. А.</i> Формирование городского культурного пространства средствами транзитной рекламы: тематические поезда петербургского метрополитена	104
<i>Кузьмина М. А.</i> Карикатура в современной прессе: тематика, функции, соблюдение этических норм	110

ТРУДЫ ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ
2018 • Том 4

<i>Тарасова Ю. В.</i> Особенности освещения проблемы наркозависимости в информационном пространстве рунета (на примере материалов официальной страницы сайта RIA.ru и «ВКонтакте») 119	119
<i>Юфкина С. Б.</i> Журнал «Журналист» как профессиональное издание 126	126
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	135

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

УДК 725.4:72.025.5

М. С. Гончарова

ЦВЕТОВОЙ ДИЗАЙН НА ТЕРРИТОРИЯХ БЫВШЕЙ ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЗАСТРОЙКИ

В статье рассматриваются вопросы использования цветового дизайна на бывших (реновированных) промышленных территориях. Выявляются

Ключевые слова: промышленная территория, уличное искусство, цветовая джентрификация

Maria S. Goncharova

COLOR DESIGN ON THE TERRITORY OF A FORMER INDUSTRIAL ENTERPRISE

The article deals with the use of color design in the former (renovated) industrial areas.

Keywords: industrial areas, reconstruction, creative spaces, lofts, art space, color gentrification

Гуманизация городской среды является одним из оснований современной городской цивилизации. В настоящее время привлекательность жизни в любом, особенно крупном городе, во многом зависит от того, как решаются вопросы по преобразованию его среды. Возросшие эстетические запросы горожан связаны с переходом общественного сознания на качественно новый уровень, когда человек задумывается о том, как архитектура взаимодействует с городским ландшафтом, как она влияет на социально-культурное взаимодействие разных групп населения, поэтому формирование культурного ландшафта города в последнее время стало актуальной задачей для урбанистов, архитекторов, художников, искусствоведов и др. специалистов, преобразующих городскую среду.

Из отечественных исследователей вопросами организации городских пространств и эстетизации городской среды занимаются В. Л. Глазычев, А. Э. Гутнов [5], Ю. А. Грибер [4], Р. А. Дрожжин [7], М. Э. Вильчинская-Бутенко [1], М. Г. Меерович [8], А. В. Смирнов [9], Т. О. Цитман, А. В. Богатырева [12], Т. В. Усатая, О. М. Шенцова [11] и др. Тема преобразо-

вания городского пространства ставится в центр внимания специализированными периодическими изданиями (газета «Urbanist», журнал «Проект Балтия / Project Baltia», журнал «Проект Россия / Project Russia», журнал «Speech» и т. д.), различными научно-практическими конференциями (Международная неделя урбанистики *Urban Week*, «Урбанистическое искусство – новая форма эстетики или территория социальных интересов?» [10], «Эстетика стрит-арта: сакрализация vs профанация», «Реновация – создание комфортной городской среды. Для жизни и работы» и др.).

Практика художественного оформления архитектурных объектов придаёт исключительность любому зданию. Дизайн таких крупных объектов предполагает правильное и гармоничное сочетание визуальных и технических компонент. Началом этих практик служит цветовая джентрификация – использование в городском пространстве цвета. «Термин джентрификация предложил Рут Гласс для того, чтобы обозначить процессы преобразования заброшенных, запущенных городских территорий в эксклюзивные городские районы путём изменения их непривлека-

тельного образа при помощи различных культурных мероприятий» [3, с. 183].

Предпосылки использования цвета в городе относят в XX веке, когда появилась идея, что цвет обладает общественно-политическим содержанием. В первой трети XX века появились первые воплощения цвета в кварталах городов. «В обществе распространилась утопическая вера в «исцеление социальных недугов простыми социальными средствами, в том числе архитектурными», – рассуждал Ч. Дженкс [6]. По мнению Ю. Грибер, такой манифест исцеления «начинает проявление в попытках цветового проектирования джентрификации в европейских городах». Первые исследования джентрификации начинаются на базе североамериканских, британских и канадских городов. С началом процессов ревитализации с 1980-х годов изучение процессов джентрификации приобретает популярность и в Европе. Примером цветового проектирования джентрификации являются строения первой половины XX века (например, жилой район Берлина *Tuschkastensiedlung*); архитекторы, обращающиеся к джентрификации — Ле Корбюзье, В. Гропиус, М. Вагнер, Э. Май, О. Хэслер, А. ГиакOMETTI и др. В своих проектах архитекторы рассматривали цвет как социальное средство, с помощью которого можно улучшить качество жизни горожан. По мнению Ю. Грибер: «Цвет явился доступным средством для повышения внешней привлекательности объектов, использование цвета во внешней отделке представляло собой пример архитектурной мимикрии, где внешние формы создавали иллюзию того, чего не было внутри, а цветовое проектирование городского пространства начало выполнять социальную и политическую функции» [3, с. 185]. Как писал художник-декоратор и архитектор Винченцо Бренне, «голландские образцы начинают использовать горизонтально разделённые белые оштукатуренные плоскости между окнами, которые имеют выразительный контраст с красным кирпичом, а с помощью штукатурной обработки и окраски в синий цвет зона чердака выделяется на кирпичном фа-

саде» [3, с. 187]. Такое применение цветовой джентрификации сегодня можно наблюдать в проекте *John McAslan+Partners* креативно-делового пространства «Большевик» в Санкт-Петербурге. Другими словами, на этом примере мы видим использование метода аналогий — буквального цитирования из прошлого, перетаскивания средового объекта из одной эпохи в другую (ил. 1).

Развитие цветового проектирования городского пространства было начато «Германским союзом художественных ремёсел и промышленности» в Мюнхене: в 1919 году состоялся «Первый немецкий день цвета» и прошло девятое ежегодное собрание этого союза в Штуттгарте, где был выпущен «Призыв к цветному строительству». Его подписали тридцать шесть архитекторов различных направлений – Б. Таут, П. Беренс, Х. Бернули, М. Элзэсер, В. Гропиус, Й. Хоффманн, Б. Пауль, Х. Пельциг, П. Шмиттхеннер и др.» [3, с. 188]. В тексте говорилось: «Мы, нижеподписавшиеся, объявляем себя сторонниками цветной архитектуры. Мы не хотим больше строить и видеть вокруг себя бесцветные дома, мы хотим, чтобы заключённый нами союз вдохновил застройщиков и жителей на применение цвета внутри и снаружи зданий и на поддержку нашей инициативы. Краска обходится не дороже, чем рельефы и скульптурные украшения, но цвет более жизнерадостен, а так как краска удобна в использовании, мы должны настаивать на её применении в тяжелое время во всех возводимых постройках». Изменение отношения к цвету в архитектуре спровоцировало профессиональное перераспределение в среде художников, так это отмечалось в журнале «Цветной город»: «Сегодня изготовление безупречной окрашенной поверхности является одной из главных задач современного искусства, так как новейшее время хотя и отняло у художника орнамент, но дало ему за это цветную поверхность; именно она относится к признакам современного строительства» [3, с. 190].



Ил. 1. Креативно-деловой центр «Большевик», Санкт-Петербург

По-новому взглянуть на цвет заставила общественно-политическая ситуация конца Первой мировой войны. В градостроительстве и архитектуре эпоха конца колониализма спровоцировала стремление к отрыву от всего, что было характерно для империй, «прибавился бурный хаотический рост европейских городов», увеличилась плотность застройки и фабрично-заводской застройки, возрос контраст между центром и окраинами. Возникла потребность в решении социальных задач более экономичными средствами.

В цветовом проектировании городов появились собственные концептуальные идеи, например, в 1910-х гг. архитектор Бруно Таут использовал цвет, чтобы моде-

лировать городское пространство, обозначая его центр и эксклюзивный облик каждой типовой застройки, преимущественно жилой. Интенсивность и яркость цвета позволяли расширять и уплотнять пространство. Например, при использовании тёмных тонов, зрительно увеличивалась ширина садов и улиц. Эта цветовая концепция была использована в районе Ам Фишталь в Берлине (ил. 2). Как показывает накопленный опыт и современная практика зарубежных архитекторов, цветовая джентрификация являлась значимым инструментом городского пространства и служила для улучшения жизни в жилых районах городов.

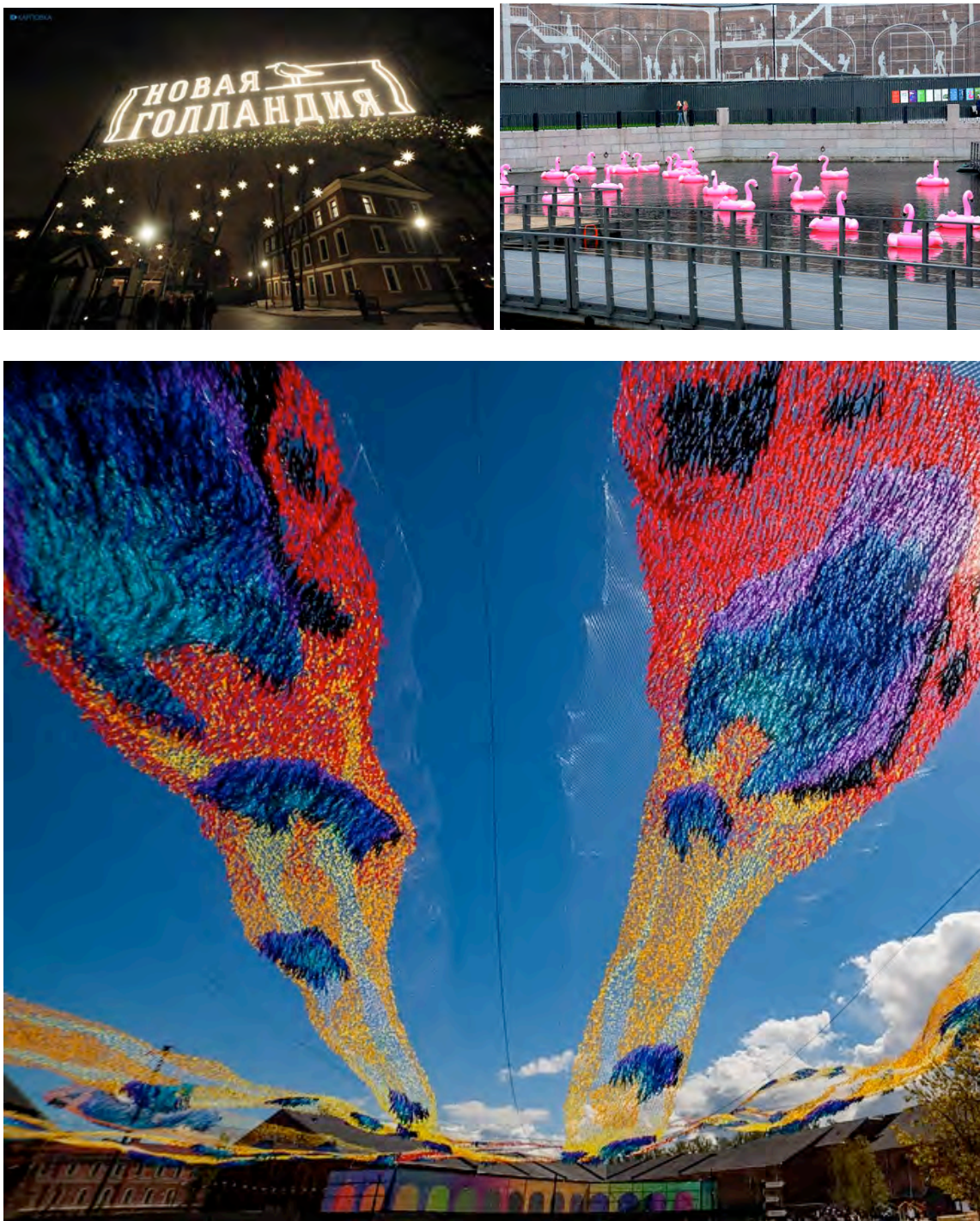


Ил. 2. Район Ам Фишталь в Берлине

Применение цветовой джентрификации набирает популярность в современном проектировании пространства и российских городов. Во многих новых проектах ревитализации промышленных территорий цвет используется не только для повышения статуса отдельного объекта, но и всей территории. Художники во многих случаях до мелочей продумывают новую колористику, тщательно выбирают месторасположения произведений, подходящие плоскости, определяют, какой социальный посыл целесообразно оставить на определённом участке общественного пространства. Однако случается, что новая городская колористика игнорирует историко-архитектурные и объёмно-планировочные аспекты пространства. Архитекторы и художники, проводя политику неконтролируемого деконструктивизма, т. е. жизнеутверждающего завоевания общественного пространства города его жителями, возводят цветовую джентрификацию в социальное и политическое действие. В целом же в России применение цвета для изменения

непривлекательного образа отдельных частей городского пространства имеет стихийный характер.

Касаясь ревитализации промышленных территорий и, в частности, их цветовой джентрификации, необходимо понимать, что разные графические изображения (логотипы компаний, информационные указатели и т. п.) являются эффективными не только с точки зрения выполняемой ими информационной функции, но также – с позиции энвайронментальной когниции (распознавания) [13]: благодаря инфографике и цветовой джентрификации район может отличаться и быть узнаваемым среди других промышленных территорий, прошедших редевелопмент, как, например, «Новая Голландия» в Санкт-Петербурге (ил. 3). В данном случае через формообразование элементов пространственной среды (уличную мебель, светильники, малые архитектурные формы), акцентуацию, повторение локального стиля и светоцветовую колористику формируется неповторимое «лицо» территории.



**Ил. 3. Арт-пространство «Новая Голландия», Санкт-Петербург:
входная группа (логотип – чайка), водное пространство (розовые фламинго),
воздушное пространство (инсталляция «Жар-птица»)**

Использование цвета создает комфортные условия для персонала, работающего в зданиях, привлекает извне на территорию потенциальных посетителей, а уникальное оформление повышает инвестиционную привлекательность и объекта, и территории [2]. На примере «Новой Голландии» видим, с одной стороны, вопло-

щение принципа фирменного стиля, когда на основе архивных материалов и существующих законов места создается специфическое для данной территории художественное оформление, стилистические созвучные архитектуре окружающих построек, с другой – метод проектирования колористического решения по принципу

«неполной формы»: слияние с архитектурой и подчинение колористики новых инсталляций изначальным пространственным структурам.

Таким образом, непрерывность развития архитектуры связана с процессом ревитализации промышленных объектов с учётом сохранения архитектурного насле-

дия, как важнейших составляющих современных мегаполисов. Это влечёт за собой потребность в проведении специальных научных исследований в области цветовой трансформации исторических фабрично-заводских комплексов, которые утратили свою первоначальную функцию.

Литература

1. *Вильчинская-Бутенко, М. Э.* Семиозис пространственных мифов: культурное пространство города Мышкин / М. Э. Вильчинская-Бутенко [Текст] // Труды института бизнес-коммуникаций: научное издание ; под общ. ред. М.Э. Вильчинской-Бутенко. Санкт-Петербург, 2018. С. 57-67.
2. *Вильчинская-Бутенко, М. Э.* Гармоничная пространственная среда современных офисов [Текст] / М. Э. Вильчинская-Бутенко // Труды института бизнес-коммуникаций: научное издание; под общ. ред. М.Э. Вильчинской-Бутенко. Санкт-Петербург, 2017. С. 185-193.
3. *Грибер, Ю. А.* Цветовое поле города в истории европейской культуры [Электронный ресурс] – РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://www.iprbookshop.ru/42531.html> . – Загл. с экрана.
4. *Грибер, Ю. А.* Цветовые аспекты проектирования джентрификации в европейских городах / Ю. А. Грибер // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2011. №9. [Электронный ресурс] – РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsvetovye-aspekty-proektirovaniya-dzhentifikatsii-v-evropeyskih-gorodah> . – Загл. с экрана.
5. *Гутнов, А. Э.* Мир архитектуры: Лицо города [Текст] / А. Э. Гутнов, В. Л. Глазычев. М. : Молодая гвардия, 1990. 352 с.
6. *Дженкс, Ч.* Язык архитектуры постмодернизма [Текст] / Ч. Дженкс; Перевод с английского А. В. Рябушина, М. В. Уваровой; под ред. А. В. Рябушина, В. Л. Хайта. М. : Стройиздат, 1985. 136 с.
7. *Дрожжин, Р. А.* Реабилитация промышленных территорий как один из факторов устойчивого развития городской среды [Текст] / Р. А. Дрожжин, Е. А. Благиных // Вестник Сибирского государственного индустриального университета. 2016. № 2 (16). С. 48-53.
8. *Меерович, М. Г.* Реновация панельной застройки 1960-1980-х гг. в Германии / М. Г. Меерович, А. В. Малько, Л. В. Козлова, Е. А. Гладкова // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2017. №1 (20). [Электронный ресурс] – РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://cyberleninka.ru/article/n/renovatsiya-panelnoy-zastroyki-1960-1980-h-gg-v-germanii> . – Загл. с экрана.
9. *Смирнов, А. В.* Дворовое искусство как стратегия дизайна городского пространства [Текст] / А. В. Смирнов // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Сер. 3: Экономические, гуманитарные и общественные науки. 2016. № 4. С. 64-68.
10. *Судакова, О. Н.* Урбанистическое искусство: территория социальных интересов или разговор о новой форме эстетики [Текст] / О. Н. Судакова // Труды института бизнес-коммуникаций: научное издание; под общ. ред. М. Э. Вильчинской-Бутенко. Санкт-Петербург, 2017. С. 160-166.
11. *Усатая, Т. В.* Основы проектирования архитектурной среды [Текст] / Т. В. Усатая, О. М. Шенцова. Магнитогорск: МГТУ, 2008. 150 с.

12. *Цитман, Т. О.* Реновация промышленной территории в структуре городской среды [Текст] / Т. О. Цитман, А. В. Богатырева // Инженерно-строительный вестник Прикаспия. 2015. № 4 (14). С. 29-35.

13. *Rapoport, A.* Evaluation, Cognition, and Perception [Text] / A. Rapoport // Human Aspects of Urban Form. New York: Pergamon, 1977. P. 113–115.

УДК 7.03

О. Ю. Кошкина

АНАЛИТИЧЕСКИЕ КОПИИ И ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ТОЛКОВАНИЕ ЭРМИТАЖНЫХ ПОЛОТЕН В ТВОРЧЕСТВЕ АЛЬБЕРТА БАКУНА

Творческое наследие группы «Эрмитаж» – неофициальное объединение ленинградских художников 1950-х – 1980-х годов – рассматривается на примере живописных полотен А. А. Бакуна, активного члена этой группы. Исследование ведется в историко-культурном контексте, затрагивающем хронику формирования группы и ее идеологию: становление оригинальных принципов аналитической интерпретации шедевров старых мастеров. В статье анализируются живописные полотна Бакуна как аналитические копии шедевров эрмитажного собрания.

Ключевые слова: Альберт Александрович Бакун; группа «Эрмитаж»; графика; живопись; художественный образ; художественное видение; аналитическая интерпретация

Olga Y. Koshkina

ANALYTICAL AND ARTISTIC INTERPRETATION OF COPIES OF HERMITAGE PAINTINGS IN THE WORKS OF ALBERT BAKUN

Creative Heritage Group "Hermitage" is an informal Association of Leningrad artists 1950-1980 seen on the example of the canvases of Albert A. Bakun. Research is conducted in the historical and cultural context, affecting the history of the formation of the Group and the formation of the original principles of analytical interpretation of masterpieces of old masters. The article analyses the Bakun's work of both analytical copies of paintings from the Hermitage collection.

Keywords: Albert Bakun; Hermitage Group; graphics; painting; artistic image; artistic vision; analytical interpretation

Копирование работ старых мастеров достаточно давно входит в программу обучения студентов и считается одним из эффективных методов обучения [14]. Только читая, изучая биографию и творческий путь художника, невозможно освоить его технику, как и приемы его работы, без практики. Основой начального художественного образования всегда было копирование картин. Однако лишь группа «Эрмитаж» – неформальное творческое объединение ленинградских художников второй половины XX века – возвела данный процесс в целое творческое направление, подкрепив его впоследствии прочной искусствоведческой основой. Это самостоятельное художественное объединение также называлось школой Григория Яковлевича Длугача (1908–1988) – художника, ученика К. С. Петрова-Водкина, легендарного ленинградского живописца и педагога, ко-

пииста-исследователя старых мастеров, основоположника метода аналитической интерпретации, воспитавшего несколько поколений ленинградских художников. Сложилась творческая группа («эрмитажная школа») на рубеже 50-60-х годов XX века, просуществовавшая три десятка лет.

Объектом исследования группы стали картины европейской живописи классического периода из собрания Эрмитажа. Главная цель анализа и обучения заключалась в выяснении структуры работы и принципов организации изображения. К картине подходили как к тексту, организованному по принципам живописи пластической сферы, а само изображение рассматривалось как результат организации системы векторов, создающих динамическую структуру композиции. Элементы не носили

формальный характер: основным их значением стала способность порождать художественные смыслы и семантику в соответствии с содержанием композиции.

Ставя во главу угла линию, точку, структуру построения картины известнейших мастеров, ученики Г. Я. Длугача последовательно изучали специфику и их манеру творчества. Это не было простым копированием, это был глубокий анализ внутреннего построения картины. Недаром основной базой для своих аналитических копий художники избирали картины XVII века. Именно в этот период живописное полотно, его композиция виделась мастерам как построение картины мира внутри формата. Делая повторы работ одних и тех же мастеров, но по-разному переосмысливая их, студийцы получали новые, разные, самостоятельные произведения. А сам процесс вникания в тайны мастерства порождал «невероятные поэтические образы» и «чем-то завораживал» [15, с. 18].

Конструктивно-интуитивный метод копирования, который стал отличительной чертой обучения в «эрмитажной школе», открыл бескрайние просторы для изучения творчества великих художников, способствовал поиску бесконечных связей, образующих полотно, их интерпретаций, сотворения собственного произведения искусства. Понимание и изучение стали основополагающими принципами обучения в этом неформальном творческом объединении. Художники настойчиво постигали наследие старых мастеров эрмитажной экспозиции, кожей впитывая принципы архитектоники произведений, их пластические построения, скрытую ритмику и динамику полотен [2]. В итоге анализ при создании «скопированных» картин не исключал, а дополнял эмоциональную и смысловую составляющие творческого процесса.

Состав группы «Эрмитаж» менялся. В разные годы в нее входили те, кто непосредственно учились у Г. Я. Длугача – А. П. Зайцев, С. П. Мосевич, Я. Я. Лаврентьев, В. К. Кагарлицкий, Ю. А. Гусев, Б. Ф. Головачев, С. М. и А. М. Даниэль, М. Е. Тумин,

В. И. Филимонов и др. В этой статье поставлена задача рассмотрения творческого наследия А. А. Бакуна – яркого представителя группы. Область его основных занятий определена монументальной живописью, станковой живописью и графикой.

Альберт Александрович Бакун (1946 г. р.) родом из Выборга – города, имеющего давнюю историю организации школ живописи и объединений художников [12, с. 172]. Первые уроки изобразительного искусства (1959–1962 гг.) получены у легендарного Николая Семеновича Соколова (1909–1983) в местной студии рисования и живописи (Выборгской школе искусств), в 1960-е годы признанной лучшей в Ленинградской области. Имя Н. С. Соколова хорошо знакомо старшему поколению выборжан. Он был истинным подвижником искусства, много сделавшим для возрождения духовной жизни послевоенного города, педагогом, воспитавшим за десятилетия труда множество учеников – профессиональных художников [12, с. 173].

Далее (1962–1967 гг.) последовало обучение в Ленинградском художественном («Таврическом») училище (ЛХУ). Однако после окончания второго курса художник был отчислен с формулировкой «за увлечение буржуазно-формалистическими направлениями искусства Запада». Год художник провел в странствиях по России, Украине, Белоруссии, Кавказу. В 1965 году последовало восстановление. А. А. Бакун с благодарностью вспоминает своих учителей по ЛХУ, оказавших сильнейшее влияние на становление его мастерства – Константина Павловича Бурова (1928–2012) и Александра Павловича Зайцева (1937 г.р.).

По окончании ЛХУ А. А. Бакун поступает в Ленинградский филиал Московского полиграфического института, первоначально имевшего статус учебно-консультационного пункта. Учебное заведение, выпускавшее специалистов по всем важнейшим направлениям печатного дела для отрасли печати города, славилось своими наставниками. Так, годы учебы (1967–1973 гг.) подарили знакомство и отеческую дружбу с выдающимся русским

советским художником-графиком Геннадием Дмитриевичем Епифановым (1900–1985), мастерски владевшим различными графическими техниками – рисунком пером, ксилографией, акварелью, гуашью, сепией. Обретенная специальность – «художник-график» – дала А. А. Бакуну возможность преподавания. Мастер более сорока лет работал учителем рисования и черчения в общеобразовательной школе поселка Рошино Ленинградской области.

Постоянное стремление к совершенствованию приводит А. А. Бакуна в Эрмитаж; цель – изучение искусства старых мастеров. Еще в 1965 году, когда художнику было девятнадцать, он сделал первую аналитическую работу – копию со слепка Пергамского алтаря [1], что стало первым опытом интерпретации мирового художественного наследия. Здесь же произошла главная встреча его жизни – знакомство с Г. Я. Длугачем. С осени 1969 года посещения главного музея страны стали постоянными: художник стал брать уроки аналитического интерпретирования у мастера. Эти уроки – практические занятия исследования манеры и стиля живописи старых мастеров – продолжались почти два десятилетия, до 1985 года. Надо отметить, что самостоятельный для А. А. Бакуна творческий процесс копирования эрмитажных шедевров продолжается и сегодня, спустя пять десятилетий после первого музейного опыта: методы аналитического подхода к интерпретации композиции по-прежнему вдохновляют мастера.

Основной проблемой поисков художника, как и всех членов объединения, стала проблема решения пластической формы, предполагающая особую установку восприятия. На языке Г. Я. Длугача сущность пластической формы выражалась одним словом, приобретшим характер термина «камень». «Что значит "целое"»? Это свойство высшей пластической цельности Г. Я. Длугач искал, находил и учил видеть у Леонардо, Веронезе, Рубенса, Пуссена, Рембрандта и других великих художников.

Знакомство с Г. Я. Длугачем – важнейшая веха в биографии А. А. Бакуна. От своего наставника он впервые слышит не о механическом копировании, а о сотворчестве, попытке вступления в диалог со старыми мастерами. Именно в этом случае живопись, как живое письмо, с точки зрения «послания», становится главным вопросом творчества на многие годы. «Цель... наших упорных занятий с ним – "открыть глаза" путем копирования великих картин Эрмитажа, но не ради создания предметов искусства – копий, а ради геометризованного прозрения» [8, с. 22].

Накопленный многолетний опыт копирования в Эрмитаже под руководством Г. Я. Длугача позволил А. А. Бакуну углубленно изучить живописно-пластическую целостность мирового наследия. Целью участников ТО «Эрмитаж» стало, по словам С. М. Даниэля, обозначение проблемы «скрытой геометрии»: состояния, когда визуально-изобразительная рефлексия обращается на структурный принцип формы оригинала, оставляя в стороне внешне завершенную форму [4].

Теоретический фундамент «эрмитажников», передаваемый из уст в уста, состоял, примерно, в следующем. Строевые картины зиждется на внутренних линиях, не видимых непосредственно, но обнаруживающих себя в напряжении отношений части и целого. Пластической формой изображение выступает постольку, поскольку в нем означено качество внутреннего единства, поскольку каждый его элемент существует и воспринимается под знаком соотношения и интеграции. Форма элементов, каковы бы они ни были, становится при этом подвижной, ибо заостренность отдельной формы делает невозможным ее участие в ансамбле. В этом – оправдание «деформации», которой свободно пользовались старые мастера, подчиняя *отдельное* эффекту *целого*. Чем более напряжены отношения части и целого, тем большей выразительностью обладает изображение. По существу, речь о том, что превращает изображение в образ [5].

По воспоминаниям коллеги по ТО «Эрмитаж», художника В. К. Кагарлицкого,

наставник учил «из двух-трех линий, из трех-четырех точек <...> сложить начало образа, который взволновал тебя в работе Мастера: Рембрандта, Сезанна или кого-то еще. Образ <...> как некое цветовое и пластическое пространство, утрамбованное в прямоугольник холста» [10, с. 82].

Длительность такой работы-практики конкретно для А. А. Бакуна позволяет рассматривать ее как уникальный художественно-познавательный эксперимент, ко-

торый продолжается уже более шестидесяти лет.

Сегодня, вспоминая учение Г. Я. Длугача, А. А. Бакун, как уже состоявшийся и зрелый мастер, привносит в знакомые образы и сюжеты полотен великих мастеров свое глубоко личное осмысление, на протяжении почти пяти десятков лет не прекращая своих еженедельных встреч с Эрмитажным наследием (ил. 1).



Ил. 1. А. А. Бакун в своей мастерской в Рощино, 2016

Характеризовать творчество А. А. Бакуна термином «аналитическое копирование» было бы слишком легковесно. Как считает сам художник, «копирование работ старых мастеров – и великая мука, и великое счастье». Конечно, выверенная и совершенная художественная форма живописных шедевров не могла не повлиять на творческий путь художника. Именно это легло в основу прочного фундамента творчества А. А. Бакуна. Форма стала прочным фундаментом его творчества. Аналитические копии с работ ван Дейка (ил. 2), Халса (ил. 3), Тициана (ил. 4),

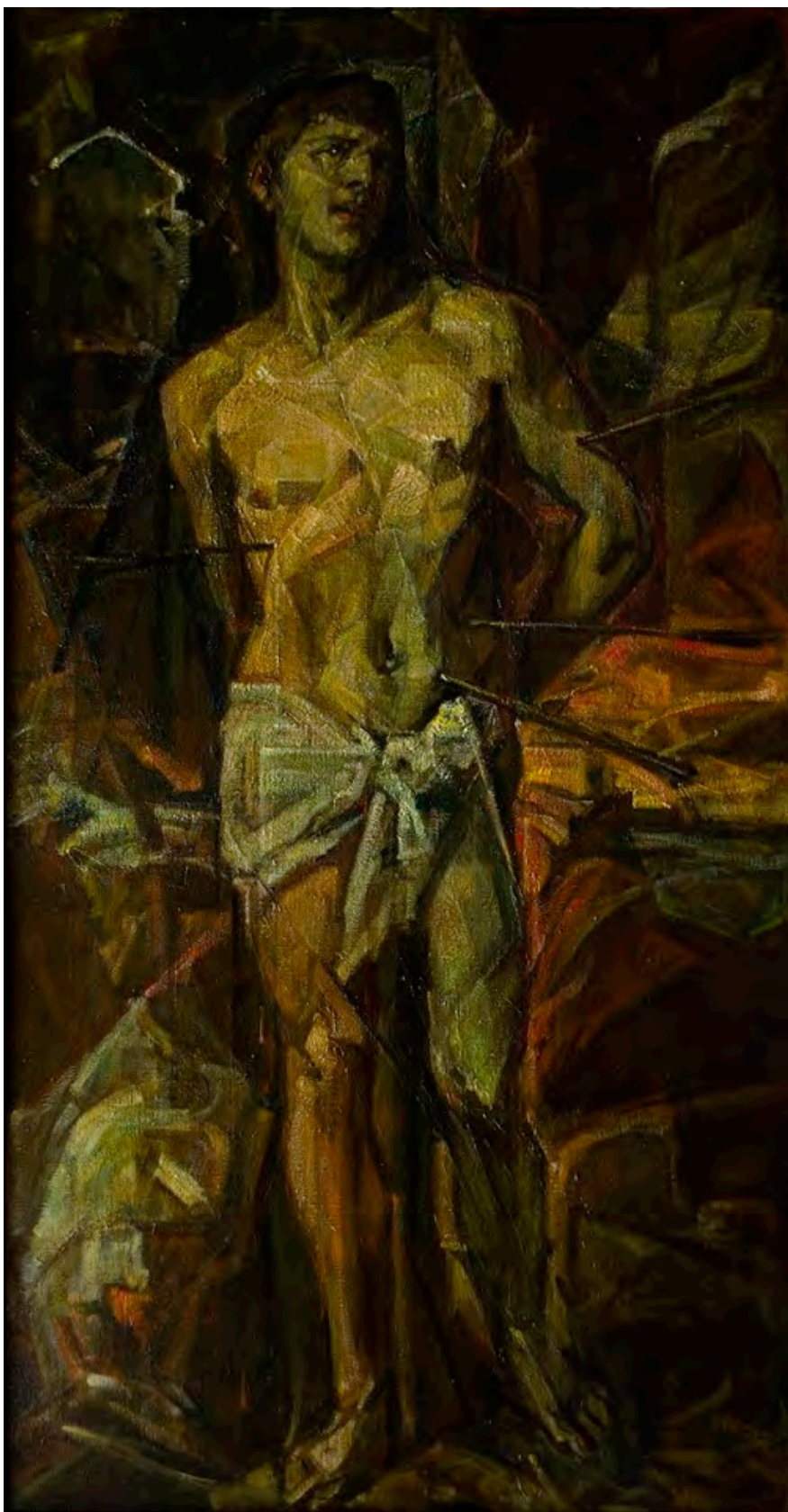
Рубенса (ил. 5, 6) создавались в процессе кропотливой работы. Особняком стоят аналитические интерпретации с полотен Рембрандта (ил. 7, 8, 9): творчеством великого голландца вдохновлялись многие члены «эрмитажной школы». С. М. Даниэль, коллега по ТО «Эрмитаж», ставший впоследствии выдающимся историком искусства, доктором искусствоведения, отмечал: «Рембрандт, чтобы усилить впечатление, <...> часто использовал динамичную композицию, построенную на контрастных диагоналях» [7, с. 33].



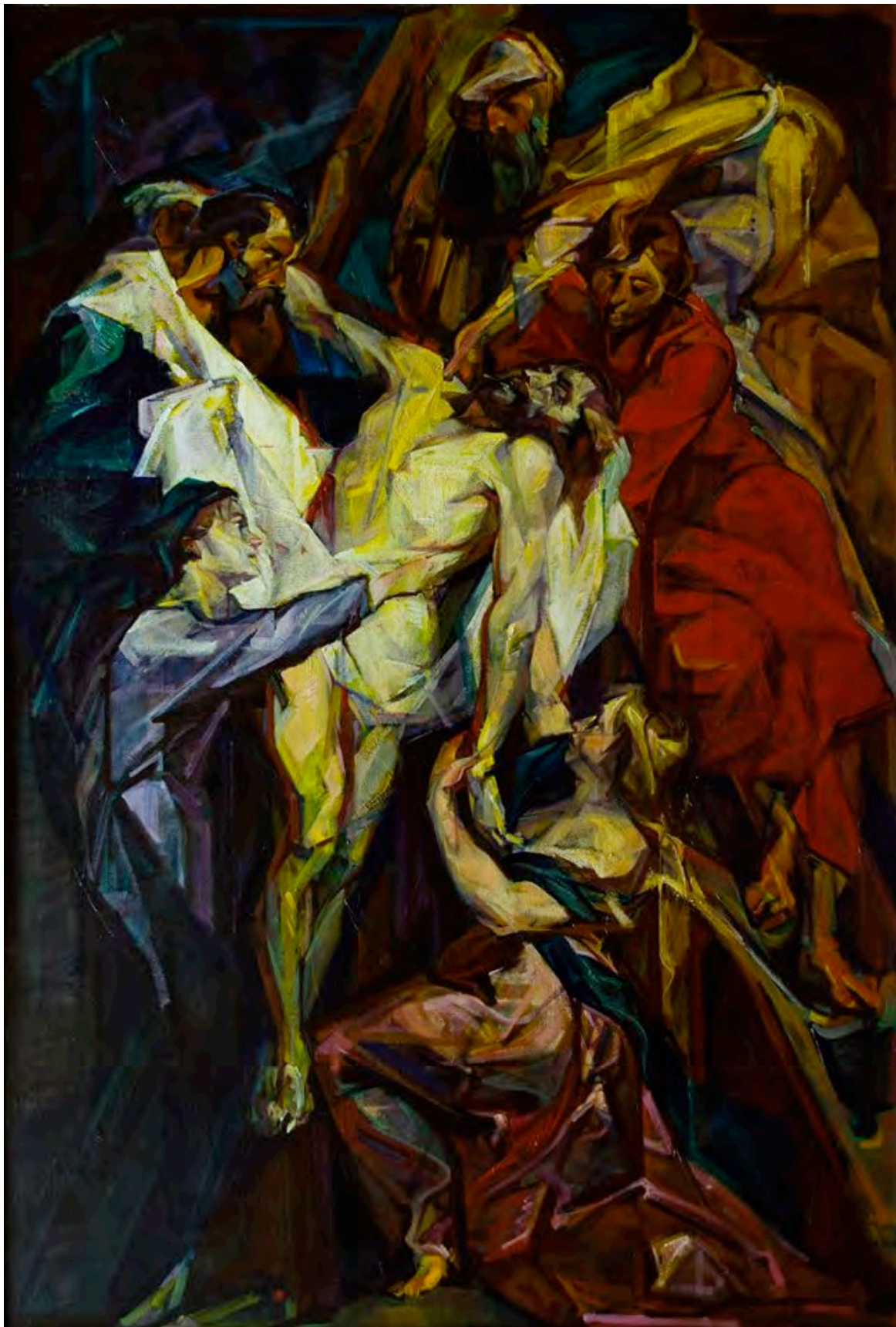
Ил. 2. Бакун А. А. Аналитическая копия картины А. ван Дейка «Портрет двух придворных дам королевы Генриетты-Марии-Анны Каллигрю, миссис Керк, и Шарлотты, леди Стрейндж (впоследствии графини Дерби ?)». 2007. Холст, масло. 106 x 117. Государственный Эрмитаж



Ил. 3. Бакун А. А. Аналитический этюд к картине Ф. Халса «Портрет мужчины». 1995. Бумага, цветные карандаши. 70 x 43. Собственность художника



Ил. 4. Бакун А. А. Аналитическая копия картины Тициана «Святой Себастьян». 1997. Холст, масло. 149 x 79. Государственный Эрмитаж



Ил. 5. Бакун А. А. Аналитическая копия картины П. П. Рубенса «Снятие с креста». 1993. Холст, масло. 127 x 87. Государственный Эрмитаж



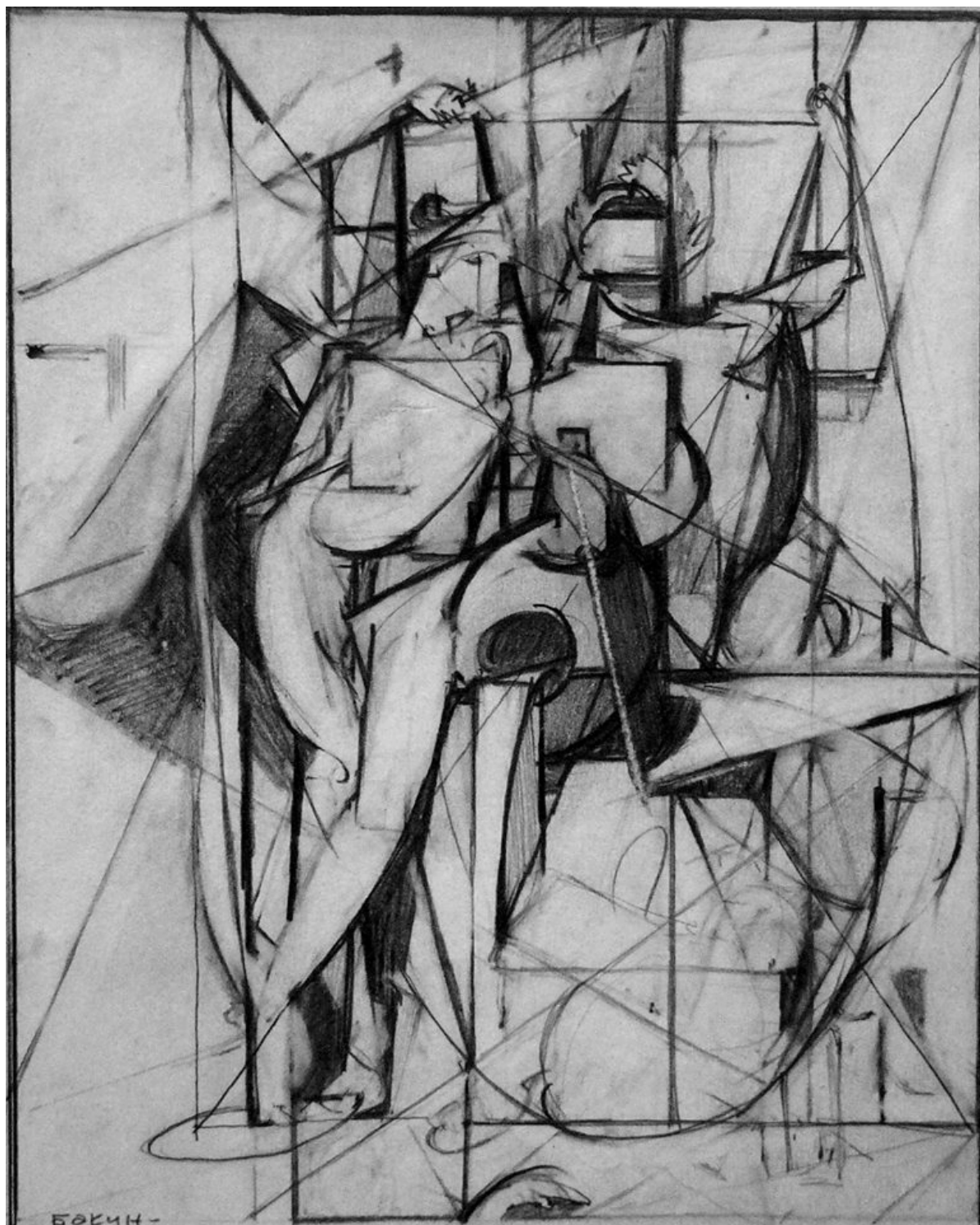
Ил. 6. Работа А. А. Бакуна «Аналитическая копия картины П. П. Рубенса «Охота на львов» (1996–2017. Холст, масло) в Зале Рубенса Государственного Эрмитажа возле оригинала. 2017



Ил. 7. Бакун А. А. Аналитический этюд к картине Рембрандта «Возвращение блудного сына». 1990-е. Бумага, уголь. Собственность художника



Ил. 8. Бакун А. А. Аналитическое исследование картины Рембрандта «Возвращение блудного сына». 1990–2015. Холст, масло. 138 х 97. Государственный Эрмитаж



Ил. 9. Бакун А. А. Аналитический этюд к картине П. П. Рубенса «Союз Земли и Воды». 1970-е.
Бумага, карандаш. Собственность художника

Цикл работ, написанный в поздний период творческой деятельности А. А. Бакуна, отличается особенностью прочтения: художник словно пытается найти свой, индивидуальный перевод символов и знаков на холст, восстановить

утраченный алфавит. Форматные, сложные по композиции, с яркими цветовыми решениями аналитические интерпретации вобрали в себя многолетний опыт авторского истолкования самых известных живописных полотен.

Он активно применяет метод А. П. Зайцева – аналитический метод, основанный на математическом и геометрическом подходе, благодаря которому его полотна состоят из множества плоскостей и граней, одновременно раскладывая пространство картины на составные части, но при этом создавая стойкое ощущение монолитности «композиционного» камня. Наставника А. А. Бакуна влекли математические расчеты и поиски закономерностей. Одна из позиций самобытной теории математического приема исследования картинной плоскости: «Логическая геометризация в рисовании ведет к образованию глыб сложной конфигурации, и рисующий должен видеть тайный строй, т. е. полифонию простых геометрических форм, образующих эти глыбы» [17]. Приход А. А. Бакуна в ЛХУ практически совпал с началом преподавания в училище А. П. Зайцева, и важным опытом последнего применения математических законов построения композиции в педагогике. Можно сказать, была заложена основа будущей школы математического интерпретирования со стремлением понять «первоосновы выразительности языка линии и красок» [6]. Появились первые ученики – завтрашние единомышленники, и среди них – А. А. Бакун. У студентов формировалось понимание: вершина композиционной выразительности – приоритет творческих построений над абсолютном биологической правды [9, с. 7].

А. А. Бакун вылепливает пластическую скульптуру, наполненную линиями и точками, пятнами и штрихом, сращиваемую зрительными напряжениями. Силовые линии не определяемы, они – невидимые, находятся лишь в нашем сознании. Структурированные, они способны усилить векторное напряжение движения, укрепить мысленный каркас и объединять композицию. Пластическая структура картины придает ей дополнительную эмоциональную окраску, порождая пластическую метафору. Он учится у А. П. Зайцева: «мозаика форм, исходя из импульса художника, всякий раз складывает новый узор, а,

значит, раскрывает бесконечное разнообразие мира» [13, с. 12].

Определенно, можно назвать аналитические копии полотен старых мастеров в исполнении А. А. Бакуна поиском общности с законами пластики, цвета и формы старых мастеров, поскольку художник убежден в числовых закономерностях великих полотен. «Число, как убеждает художник, берется за основу рождения картины, именно оно есть и язык, и слово. "Совершенство основано на строгих закономерностях", – говорит А. А. Бакун. И только закономерности раскрывают все тайные послания, символы и знаки картины. Художник ищет "законы творения" и находит их в работах старых мастеров, искренне считая, что без этих законов творчество невозможно» [16].

Работы А. А. Бакуна не лишены театральности драматичности: многофигурные и многоплановые, они продолжают жизнь своего оригинала, наполненные и преобразованные раздумьями художника о творчестве. Живописец может решительно дополнить аналитическую копию эрмитажного полотна предметами, событиями, героями, становясь по обе стороны формата – функции зрителя, аналитика и творца, создателя, объединены. В этом случае «Рембрандт, Даная, Саския, старуха, плачущий Амур оживают в новом живописном полотне. Художественный образ и приверженность к технике исполнения русского авангарда обусловлена» влиянием учителей: «Краска выступает как материя, а цвет – как ее характеристика. В своих полотнах художник транспонирует опыт всех своих наставников в собственную художественную манеру – тут начинает звучать его голос» [16].

Современные работы А. А. Бакуна наполнены драматизмом, остротой события. Зритель не ограничен в возможностях осмысления, толкования сюжета и темы. Но влияние «эрмитажной школы» на все творчество мастера явно проступает во всех его произведениях.

Мастер, размышляя о профессионализме в живописи, отмечает, что «задача художника – не копировать творения Гос-

пода, не улучшать пейзаж, а дать свое видение. В картине должно быть все сбалансировано, должен существовать вход и выход из нее» [11]. Переноса свой внутренний мир на полотна, колористически предьявляя миру свои размышления об окружающем, художник создает свой собственный неповторимый почерк, отмечая при этом, что «сейчас необходимо вернуть утраченный язык живописи, надо развивать и грамоту живописи, ведь существует же музыкальная грамота» [11].

А. А. Бакун как член Творческого объединения «Эрмитаж» является участником многочисленных выставок группы, среди которых стоит выделить основные:

1989 г. – «От неофициального искусства к перестройке», Ленинград;

1990 г. – «150 лет искусства со всего света», Лос-Анджелес;

1993 г. – Русская миссия организации объединенных наций, Нью-Йорк;

1995 г. – Всемирный торговый центр, Балтимор;

1998 г. – «Неклассическая классика», Государственный Эрмитаж;

1998 г. – «Круги от камня», ЦВЗ «Манеж», Санкт-Петербург;

1999 г. – Художественный музей, Сиэтл, Вашингтон;

2000 г. – Музей искусств, Монтеррей.

В 1990-е группа «Эрмитаж» вела активную деятельность в США, этим объясним широкий диапазон выставочной активности художника: отмечено посещение 24 штатов, а также опыт преподавания в ряде изостудий, школ и университетов США.

В творческой биографии А. А. Бакуна более 150 выставок в России, Америке и Европе, которые часто являются собой результат путешествий автора. В последние годы чаще проводятся персональные выставки. Стоит выделить следующие:

1993 г. – *Gwenda Jay / Addington Gallery, Chicago, Illinois*;

1995 г. – *Upper Edge Gallery, Aspen, Colorado*;

2009 г. – «Русское искусство от А...Я», Арт-холл «Монако», Санкт-Петербург;

2010 г. – «220 лет Таврическому дворцу», Таврический дворец, Санкт-Петербург;

2011 г. – «Русское искусство от А...Я», Арт-холл «Монако»: Санкт-Петербург;

2014 г. – Эрмитаж-Выборг, г. Выборг.

При этом А. А. Бакун не является членом Союза художников. Дважды – в 1967 г. и в 1988 г. – он подавал заявления на вступление в СХ, которые отвергались по причине «увлечения формалистическими направлениями искусства Запада».

С 2008 г. он регулярно работает во Франции в Сен-Поль-де-Вансе.

Работы художника находятся в частных собраниях, галереях и музеях России, Западной Европы, Америки. Так, его полотна входят в коллекции Барбары Стрейзанд, Моргана Фримана, Била Гейтса, крупных политиков России [3]. Из музейных собраний стоит выделить американские: *Sonoma Country Museum, Santa-Rosa; Riverside Art Museum, California; Monterey Museum of Art, Monterey, California*. Гордость мастера – пять полотен, переданных в дар Государственному Эрмитажу и принятых в коллекцию Отдела современного искусства (внесены в инвентарь под шифром КСИ):

1) «Аналитическая копия картины П. П. Рубенса "Снятие с креста"». 1993. КСИ-1574; КППЭ. 2016-79615;

2) «Аналитическая копия картины Рембрандта "Даная" («Улыбка Рембрандта»». 2006. КСИ-1572; КППЭ. 2016-79618;

3) «Аналитическая копия картины Рембрандта "Возвращение блудного сына"». 1980. КСИ-1571; КППЭ. 2016-79616;

4) «Аналитическая копия картины Тициана "Святой Себастьян"». 1997. КСИ-1570; КППЭ. 2016-79614;

5) «Аналитическая копия картины А. ван Дейка "Портрет двух придворных дам королевы Генриетты-Марии-Анны Киллигрю, миссис Керк, и Шарлотты, леди Стрейндж (впоследствии графини Дерби?)"». 2009. КСИ-1573; КППЭ. 2016-79617.

Литература

1. Альберт Бакун. Substantia Rerum [Электронный ресурс] // Арт-холдинг Russian art. Арт-холл «МонаКо». – РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://ru-art.com/halls/monako/press/release.php?ID=1831> . – Загл. с экрана.
2. Выставка «Состояние» Творческого объединения «Метафора» [Электронный ресурс] // Галерея SPB. – РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://galereya.spb.ru/9-23-> . – Загл. с экрана.
3. Выставка живописи Альберта Бакуна [Электронный ресурс] // ГБУК «Выставочный центр "Эрмитаж – Выборг"». – РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://erm.vbgcity.ru/node/352> . – Загл. с экрана.
4. Даниэль, С. М. Группа «Эрмитаж» [Электронный ресурс] / С. М. Даниэль // Интернет-галерея антикварного и современного искусства «Город искусств». 25.12.2015. – РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://www.artscity.ru/statiy/obyedineniya/dlugach/> . – Загл. с экрана.
5. Даниэль, С. М. К истории творческого объединения «Эрмитаж» [Электронный ресурс] / С. М. Даниэль // Интернет-галерея антикварного и современного искусства «Город искусств». 29.11.2015. – РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://www.artscity.ru/statiy/obyedineniya/obermitage/> . – Загл. с экрана.
6. Даниэль, С. М. Первоосновы выразительности (О творческом методе Александра Зайцева) [Текст] / С. М. Даниэль // Творчество. 1988. № 10. С. 17.
7. Даниэль, С. М. Рембрандт [Текст] / С. М. Даниэль. СПб: Аврора, 2002. 158, [1] с.
8. Зайцев, А. П. Графика и литература. ЦЭЮЯ [Текст] / А. П. Зайцев. СПб.: [б. и.], 2010. 352 с.
9. Зайцев, А. П. Метод рисунка [Текст] / А. П. Зайцев. СПб: Аграф, 2005. 40 с.
10. Кагарлицкий, В. К. За пределами формата: стихи и заметки [Текст] / В. К. Кагарлицкий. СПб.: [б. и.], 2011. 88 с., ил.
11. Логинова, С. Четыре цвета Альберта Бакуна [Электронный ресурс] / С. Логинова // Выборгские Ведомости. 09. 10. 2009. – РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://vyborg-press.ru> . – Загл. с экрана.
12. Мартынова, А. Г. Выборгский художник Николай Семенович Соколов (1909–1983) [Текст] / А. Г. Мартынова // XVII Царскосельские чтения: материалы междунар. науч. конф., 23-24 апр. 2013 г. / под общ. ред. проф. В. Н. Скворцова. СПб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2013. Т. I. С. 172-176.
13. Неклассическая классика: Три поколения «Эрмитажной школы» Г. Я. Длугача [Текст] : [каталог выставки (Государственный Эрмитаж, 06. 11. 1998 – 06. 12. 1998)] / авт. ст.: А. Зайцев, С. Даниэль, П. Кочубеева. СПб.: Изд-во Гос. Эрмитажа, 1998. 48 с., ил.
14. Салиева, Э. Р. Организация самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Академический рисунок» [Электронный ресурс] / Э. Р. Салиева // Электронный науч.-практич. журнал «Современные научные исследования и инновации». 2014. № 3.– РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://web.snauka.ru/issues/2014/03/31666> . – Загл. с экрана.
15. Скобкина, Л. А. Герои ленинградской культуры. 1950–1980-е [Текст] / Л. А. Скобкина. СПб: Центральный выставочный зал «Манеж», 2005. 256 с.
16. Художник Альберт Бакун. 50 лет творческого поиска в музее Эрмитаж [Текст] / СПб: МБУК ВЦ «Эрмитаж-Выборг», 2012. 60 с.
17. Leningrado dailininku paroda. Taryba. Grafika. Audimas. Keramika. Skulptura: Gerasimova. Gudova. Zaicevas. Kondratjevas. Siauliai: Muziejus «Ausra», 1983.

УДК 7.01:75.021

Е. Лисицкая

АЭРОГРАФИЯ И ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО

Эта статья может рассматриваться как попытка взглянуть на связь между аэрографией и изобразительным искусством. Специфика аэрографии определяется совокупностью ее функций, сформировавшихся в русле философских течений и эстетических концепций второй половины XX века.

Ключевые слова: аэрография, функции искусства, современное искусство, художники-аэрографисты

Elena Lisitskaya

AIRBRUSHING AND FINE ARTS

This article can be seen as an attempt to look at the relationship between airbrushing and fine art. The specificity of airbrushing is determined by a set of its functions, formed in line with the philosophical trends and aesthetic concepts of the second half of the XX century.

Keywords: airbrushing, functions of art, contemporary art, airbrushing artists

Современный мир искусства XXI века ознаменован прогрессом в IT-технологиях, огромным количеством разнообразных видов и направлений масс-медиа и др. Разработка и доступность новых материалов, красок, составов расширила возможности изобразительных искусств, давая дорогу новым техникам. Аэрография — один из продуктов нового мира, новых технологий, идей. Художник, как личность, также является продуктом нового мира: работы и заложенный в них смысл должны соответствовать современным требованиям. Художник, работающий в технике аэрографии — по Общероссийскому классификатору профессий и должностей — аэрографист, занимается оформительскими, рекламными, шрифтовыми работами, составлением трафаретов. Специфика художественных работ аэрографии (в большинстве проектов — это работа с декорированием авто-, мототехники, тела, интерьеров), включение аэрографистов в классификатор профессий, популяризованная языковая база образов,

используемая в современном искусстве, ставит под сомнение самостоятельность аэрографии как «искусства», при этом применение и интерес к аэрографии в поисках новых направлений, жанров возрастает.

Возникают вопросы: чем является аэрография для современного общества, каковы ее функции, какие цели художник-аэрографист преследует, создавая свои произведения?

Отечественное искусствоведение склонно категорически отделять искусство от «простых» артефактов: искусство не выполняет никакой функции, кроме эстетического созерцания, а артефакты — это функциональные объекты, предназначенные для определенной (утилитарной) цели. Такое разделение вызывает некоторую путаницу в отношении аэрографии, которая может в зависимости от ситуации попадать то в одну, то в другую категорию: то арт-объект, то просто утилитарная вещь. Таким образом, промежуточное положение аэрографии между искусством и

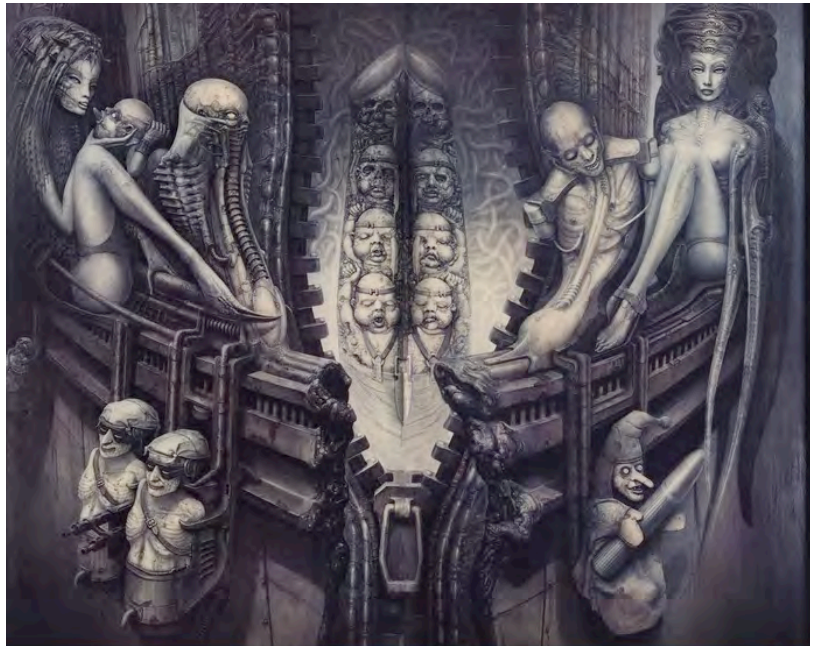
практической технологией приводит к необходимости рассмотрения ее содержания. Взгляд со стороны искусства представляет собой аэрографию как самостоятельный вид дизайна. Напротив, взгляды на аэрографию как особую технику, как правило, подчеркивают ее возможности как «простого инструмента» для получения экономической выгоды.

Специфика аэрографии определяется поддержкой ею авангардных направлений изобразительного искусства. Яркий пример тому – гиперреализм, новый сюрреализм: не просто сны видящих иначе, но фотографии мыслей и переживаний людей. Аэрография в современном мире живописи выполняет функцию фотокарточек сознания, ложной реальности, убедительной иллюзии.

Функции искусства являются важной составляющей самого мира искусства, они – его основа для формирования эстетики современной личности. Психологический аспект аэрографии, а точнее, ее компенсаторная функция, восполняет недостаток сил человека в противостоянии среде и адаптации к ней. В аэрографии можно найти все три основных направления: отвлечение (развлекающая функция), утешение (гармонизирующий эффект искусства), сублимация (снятие внутреннего напряжения за счёт переноса внимания). Одна из теорий эстетики, созданная М. Дюфренном, – феноменологическая эстетика – говорит о том, что компенсаторная функция искусства восстанавливает гармонию, утраченную в реальности [1], а философ и социолог Э. Морен объясняет эту функцию искусства как компенсацию монотонности повседневности, снятие внутреннего напряжения через художественные произведения — фильмы, книги, картины [3]. Художественные произведения утешают, уводят в иллюзорный мир, влияя на внутренний мир субъекта, компенсирует недостаток сил, эмоций в жизни. На основе компенсаторной и катарсической функций возник психологический механизм замещения, средствами аэрографии он

раскрывается в художественных образах (например, фантастический реализм Ханса Рудольфа Гигера). Специфика аэрографии как техники изобразительного искусства позволяет достичь фотографического реализма. На этой основе в изобразительном искусстве появился целый жанр – фантастический реализм, «отцом» которого считают Х. Р. Гигера. Х. Р. Гигер воплотил в своих работах фантастических чудовищ – инопланетян в фильме «Чужой» – с таким реализмом текстур и форм, что многие верили в реальность этих существ (*ил. 1*). Средствами аэрографии Х. Р. Гигер воплощает идеи рождения и смерти тела, его работы наполнены размышлениями о психологических и социальных аспектах жизни.

Коммуникативная функция аэрографии базируется на исследованиях теоретиков искусства Г. Э. Лессинга и И. Г. Гердера, которые рассматривали семиотические видения как знаковую систему времени, в котором создаются произведения. Коммуникативная функция аэрографии обеспечивает коммуникацию, понимаемую как опосредованное общение между людьми, и автокоммуникацию (общение с самим собой). Искусство реализует функцию коммуникации, когда художник через произведение передает информацию о своей личности, чувствах или мировоззрении [4]. В аэрографии примером коммуникации и автокоммуникации могут служить росписи мотоциклов, автомобилей различными изображениями, олицетворяющими самого художника или хозяина техники, создание картин «на удачу», а также создание работ в рекламных целях (например, впервые реклама в технике аэрографии использовалась компанией *Harley-Davidson* в гонках и первых мотофестивалях). Художники-аэрографисты, восполняя потребность в комментариях, часто говорят на понятном языке, они рассматривают главную цель искусства как общение между художником и зрителем посредством арт-объекта.



Ил. 1. Ганс Рудольф Гигер. Иллюстрации к фильму «Чужой». Аэрография

С коммуникативной функцией связана социально-селективная функция аэрографии. Искусство интегрирует / дифференцирует людей по признаку наличия или отсутствия единообразных вкусов и пристрастий. Социально-селективная функция аэрографии связана с определённым языком, кодом, присущим произведению, художественной школе, направлению, объединяющим людей в группы для более интенсивной коммуникации. Яркий тому пример – субкультура мотобайкеров. Она имеет определённую базу символов, которые художник развивает, изменяет, и, придерживаясь определённых субкультурных норм, создаёт диалог

между представителем субкультуры и обществом.

Художественно-концептуальная функция аэрографии реализуется через переработку художником собственных впечатлений, создание художественной концепции мира. Католический теолог Фома Аквинский отмечал, что для человека естественно получать удовольствие от созерцания произведения искусства, и это следует понимать так, что произведение, если оно привлекательно, поднимает зрителей к познанию понятных истин. А. Данте в «Божественной комедии» создал модель Вселенной; он утверждал, что мыслящий художник удваивает ценность своего труда.

И. В. Гете в «Фаусте» дал глубокую концепцию человека и человечества; Ф. М. Достоевский в своих романах искал ответ на вопрос о природе человека и сути человечества. В XXI веке искания продолжаются: это сюрреалистические изображения современного общества и общества будущего в фантастическом реализме художников-аэрографистов Гигера, Паркеса, Валеджио.

До появления фотографии в XIX веке художники и иллюстраторы были нашим единственным источником информации о визуальной составляющей события, внешнего вида того или иного персонажа,

политика. Создавая визуальный отчет о событии или человеке, выражая свое отношение к нему, художники учитывали не только то, как люди видят свой собственный мир, но и то, как их культура рассматривается другими. Аэрография стала воплощать идеи философии еще в XX веке и продолжает по сей день. В ярких, пронзительных, социальных работах современного художника-аэрографиста Мартина Виттфута – изображение животных, искалеченных пренебрежением современного человека к природе (ил. 2).



Ил. 2. Мартин Виттфут. Трагедии современного мира. Аэрография

Социальная ирония обезличивания личности через портреты под «великих живописцев» пронизывает работы итальянского художника Николя Самори (ил. 3). Написанные на непременно черном фоне, его картины полны метафор и

символов, отсылающих зрителя к канонам классической живописи. Используемые Н. Самори экспрессивные приёмы искажения, размывания, закрашивания лиц уничтожают целостность картин с точки зрения обывателя.



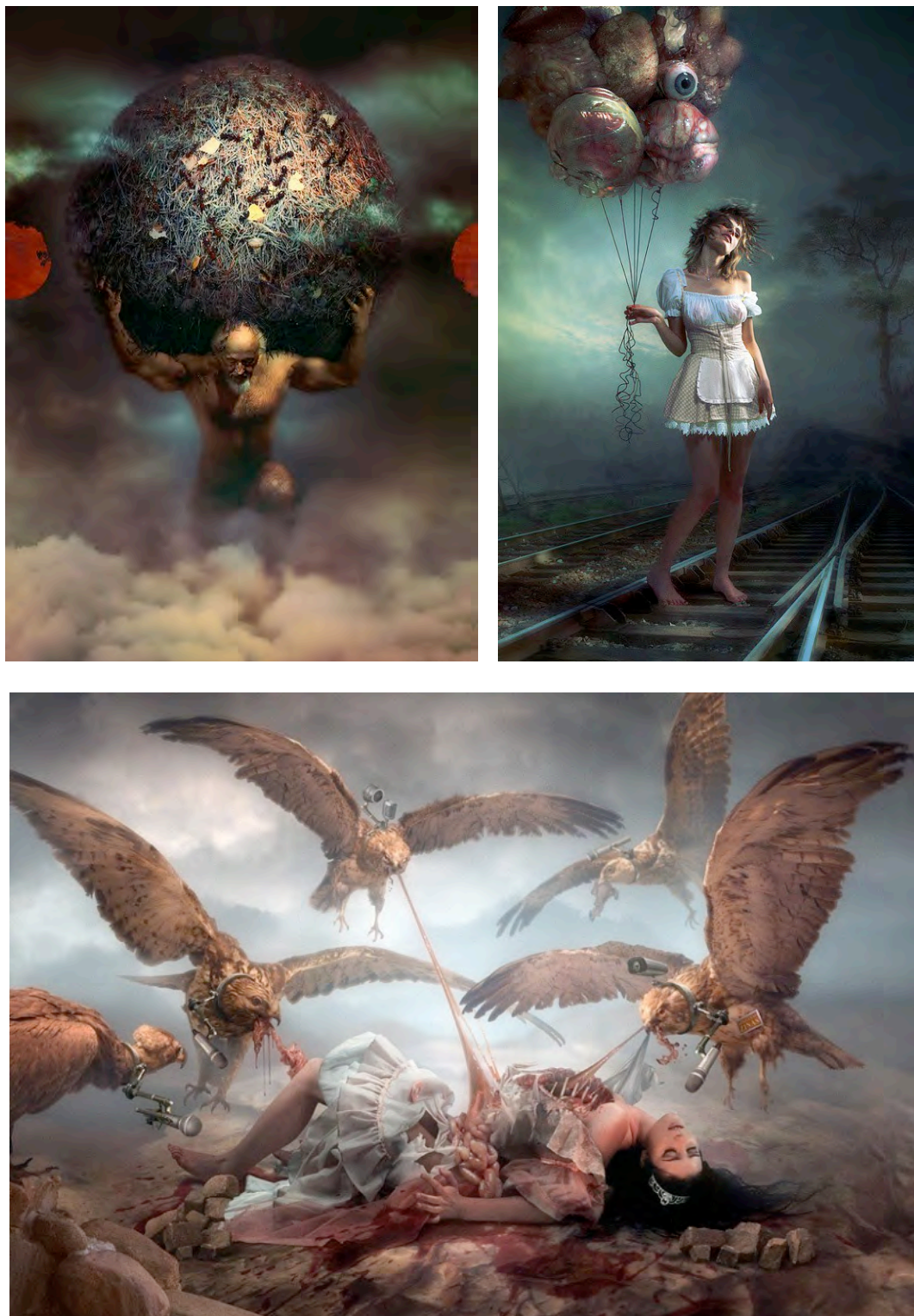
Ил. 3. Николя Самори. Необарокко. Аэрография

Противоречивость эстетики, норм и природы человека – в картинах латвийца Артурса Берзиньша, характеризующихся эротизмом, изящными образами, сказочными сценами и декоративностью. Его аэрографии наполнены содержанием на символическом пороге визуальных

метафор и контрастов, постмодернизмом с его стилистической чистотой, цитатой и иронией, блеском готики со значительным романтическим оттенком. А. Берзиньш часто напоминают о незаметных, отдаленных, даже мифических образах, в то же время скрытый смысл его

произведений имеет глубокий фокус на психологических проблемах и боли человека, а также болезненных социально-политических проблемах. В своих работах А. Берзиньш часто изображает какие-то физиологические процессы или внутренние органы. Этот изобразительный

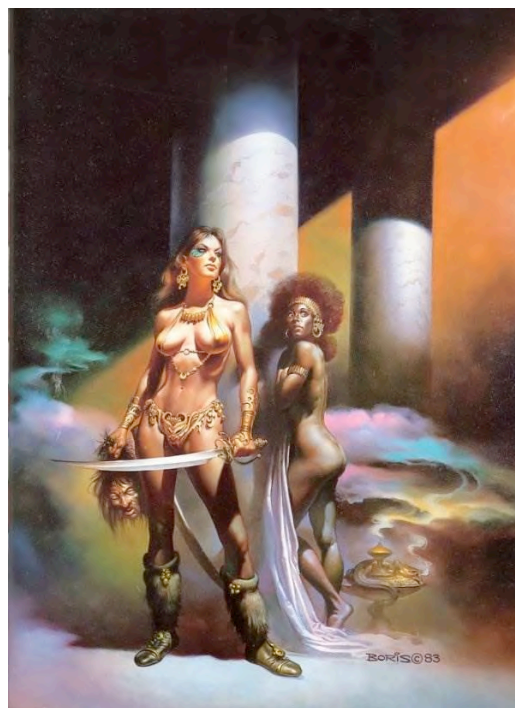
прием разъятого на части тела воплощает в себе "истину телесного существования" [2], при этом через телесность изображаются психологические переживания, чувства, функционирование разума (ил. 4).



Ил. 4. Артурс Берзиньш. Аэрография

Американский художник Борис Валеджио, известный как оформитель книг в жанре фэнтези, считает свои работы переплетением смерти, жизни, секса на одном полотне. Совместно со своей супругой Джулией Белл он создал мир

мифических образов и сексуальных чудовищ (ил. 5), где противостояние добра и зла всегда заканчивается триумфом физической красоты людей над миром уродливых демонов, с которыми сражаются атлетические герои и героини.



Ил. 5. Борис Валеджио. Героические фэнтези. Аэрография

Таким образом, можно констатировать, что аэрографии как технике художественной росписи поверхностей присуще не только развитие художественного вкуса и творчества через декорирование (эстетическая функция). По мере развития новых материалов и технологий аэрография все больше

продвигается из области коммерческого искусства (фотография, иллюстрации, реклама) в сторону изобразительного искусства, поэтому ей становятся присущи такие функции искусства, как компенсаторная, коммуникативная, социально-селективная, художественно-концептуальная функция.

Литература

1. *Дюфрен, М.* Вклад эстетики в философию [Текст] / М. Дюфрен ; пер. И. С. Вдовиной. РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://fil.wikireading.ru/81642> . – Загл. с экрана.
2. *Куксо, К. А.* Принцип фрагментации тела: генеалогия и альтернативы [Электронный ресурс] // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2014. №3 (140). РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsip-fragmentatsii-tela-genealogiya-i-alternativu>. – Загл. с экрана.
3. *Морен, Э.* К пропасти? [Текст] / Э. Морен ; пер. с франц. Г. Наумовой. СПб.: Алетейя, 2011. 136 с.
4. *Вильчинская-Бутенко, М. Э.* Урбанистическое искусство в отечественных исследованиях [Текст] / М. Э. Вильчинская-Бутенко // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. 2016. Т. 33. № 3. С. 88-92.

УДК 74.01/.09, 791/9, 782/785, 77.03/.08

А. К. Рахимова
Е. Н. Якуничева

ЦИФРОВОЕ ИСКУССТВО И ЕГО ЖАНРЫ

В статье рассматриваются понятие цифрового искусства как такового, а также его виды. Приведены примеры цифрового искусства, затронуты общие вопросы технологий, материалов и техник, используемых для создания различных видов цифрового искусства.

Ключевые слова: цифровое искусство, изображение, Интернет, музыка, игры, литература, поэзия

Alina K. Rakhimova
Elena N. Yakunicheva

DIGITAL ART AND ITS GENRES

The article discusses the concept of digital art as such, as well as its types. Examples of digital art are given, General issues of technologies, materials and techniques used to create various types of digital art are touched upon.

Keywords: digital art, image, Internet, music, games, literature, poetry

В современном мире есть большое количество примеров искусства: классическое изобразительное искусство, искусство музыки, граффити и т. д. «Появление нового вида искусства неизбежно поднимает дискуссию о его форме, назначении и методах изучения» [1, с. 160].

С развитием компьютерных технологий появилось и такое понятие, как цифровое искусство. Оно не создается на холсте красками или на кирпичной стене баллончиками, а воспроизводится на компьютерах, позволяя создавать объекты искусства при помощи языков программирования и компьютерных программ.

Цифровое искусство является новым, развивающимся направлением. Его перспективы зависят от развития технологий и программного обеспечения, т. к. без них данный вид искусства не может существовать.

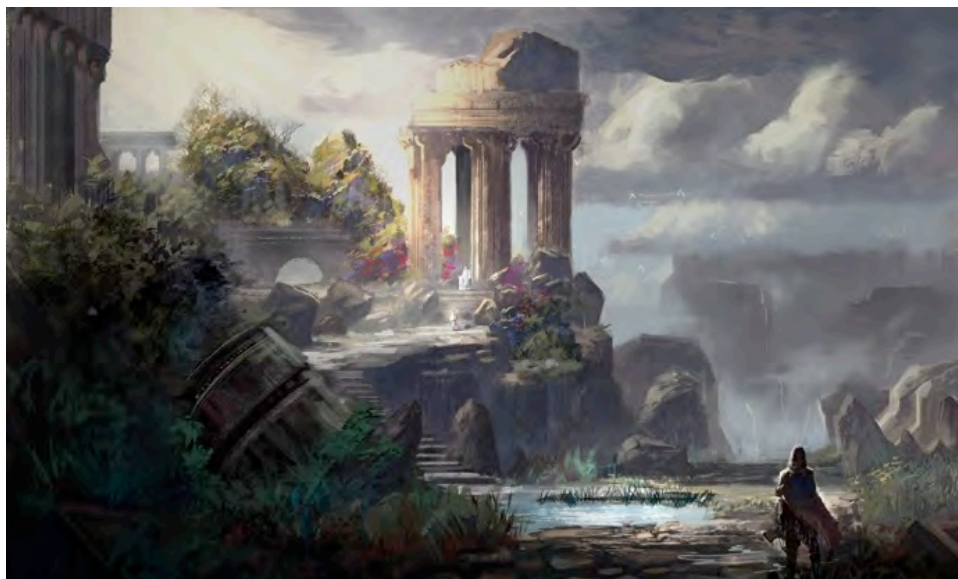
В качестве видов цифрового искусства описывают [2]:

- цифровую живопись;
- цифровую фотографию;
- гипертекстовую литературу;
- сетевое искусство или нет-арт;
- интерактивные инсталляции;
- гейм-арт;

- хактивизм;
- ASCII art;
- пиксель арт;
- chiptune;
- ANSI art;
- демо;
- дигитальную поэзию (*digital poetry* – цифровая поэзия).

Рассмотрим подробнее эти виды цифрового искусства.

Цифровой живописью считается изображение, сделанное не с помощью рендеринга (изображение по модели), а за счет имитации традиционных инструментов художника. Считается, что широко проявились работы в данной области в 1995-1996 годах благодаря достаточно дешевым SVGA-мониторам и видеокартам, которые были способны отображать 16,7 млн. цветов [3]. В данном случае, чтобы создать шедевр, художник должен не только иметь подходящий компьютер с качественными деталями и программным обеспечением, но также и знаниями в области живописи, такими как пропорции, перспектива, цветовые сочетания и т. д. Пример такой живописи показан на *ил. 1*.



Ил. 1. Цифровая живопись

Цифровая фотография представляет собой технику, использующую преобразование света светочувствительной матрицей и производящей в итоге цифровой файл для дальнейшей обработки и печати изображения [4]. На *ил. 2* показан пример цифровой фотографии.



Ил. 2. Цифровая фотография

Такого рода фотографии или видео можно создавать с помощью цифровых и зеркальных фотоаппаратов. Считается, что зеркальные фотоаппараты лучше благодаря оптическому видоискателю, фазовому

автофокусу, эргономике, парку оптики, повышенному времени работы и скорости включения, а также надежности [5].

Гипертекстовая литература является книгой или текстом, который ссылается на разные источники или на разные разделы самого себя. Данный вид чтения является своеобразной игрой. Автор в собственной книге может в определенный момент написать, например, в скобках «Перейди на страницу 100», хотя сам читатель может находиться лишь на пятой. Данные книги и тексты можно перечитывать, т. к. без перехода по «ссылкам» книга может иметь один смысл и нести определенный набор идей и теорий, а при переходе – может поменять смысл на противоположный и нести уже другие морали. И все это необходимо продумать самому автору, чтобы переходы по ссылкам не имели бессмысленного текста, а читатель должен не запутаться и не пропустить ни одну ссылку, иначе смысл в этих переходах потеряется.

Изначальный смысл слова гипертекст – термин, обозначающий некую систему из страниц текста, которые имеют перекрестные ссылки – в принципе, отражает примерный смысл и примерный принцип работы такого типа литературы [6]. В качестве примера можно привести такие работы, как романы «Улисс» и «Поминки по Финнегану» Джеймса Джойса, «Игра в

классики» Хулио Кортасара, роман-лексикон «Хазарский словарь» Милорада Павича, философская повесть «Бесконечный тупик» Дмитрия Галковского, роман «*t*» Пелевина, роман «Дерево кодов» Джонатана Сафрана Фоера [6].

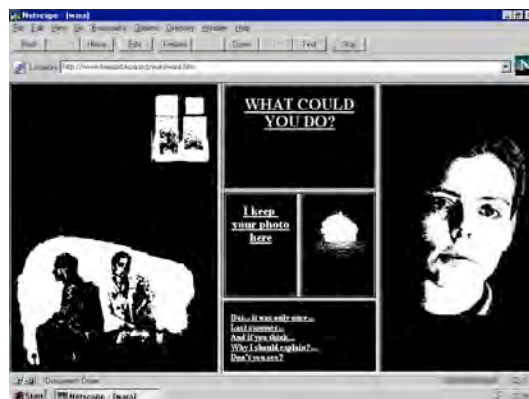
Сетевым искусством называется любой проект, который использует Интернет как основное средство выражения. Примером нет-арта является арт-проект, в котором Интернет является главной деталью для восприятия произведения или участия в интерактивных проектах [7]. Некоторые считают, что сетевым искусством считаются, например, виртуальные экскурсии, официальный сайт-портфолио художника или официальный сайт музея, но это распространенная ошибка. Данные ресурсы дают лишь ссылку на произведения того или иного толка, для этих работ Интернет не является чем-то главным или первичной средой и обязательным условием существования.

Формами нет-арта являются [7]:

- *story telling*/Рассказывание историй;
- отчет о путешествии;
- интерактивные проекты: заполняемые формы и CGI-скрипты, предполагающие непосредственное участие зрителя;
- сеть как эстетический объект: визуальные аспекты гипертекста, модемного соединения, браузера и анимированного Gif'a;
- subversion/ниспровержение;
- создание ложных идентичностей;
- программный продукт как произведение искусства;
- коммуникационные проекты;
- self-promotion.

Чаще всего нет-арт – это веб-страница, на которой находится та или иная форма нет-арта. Эти формы сетевого искусства не могут существовать без Интернета, Интернет обязан быть их первичной

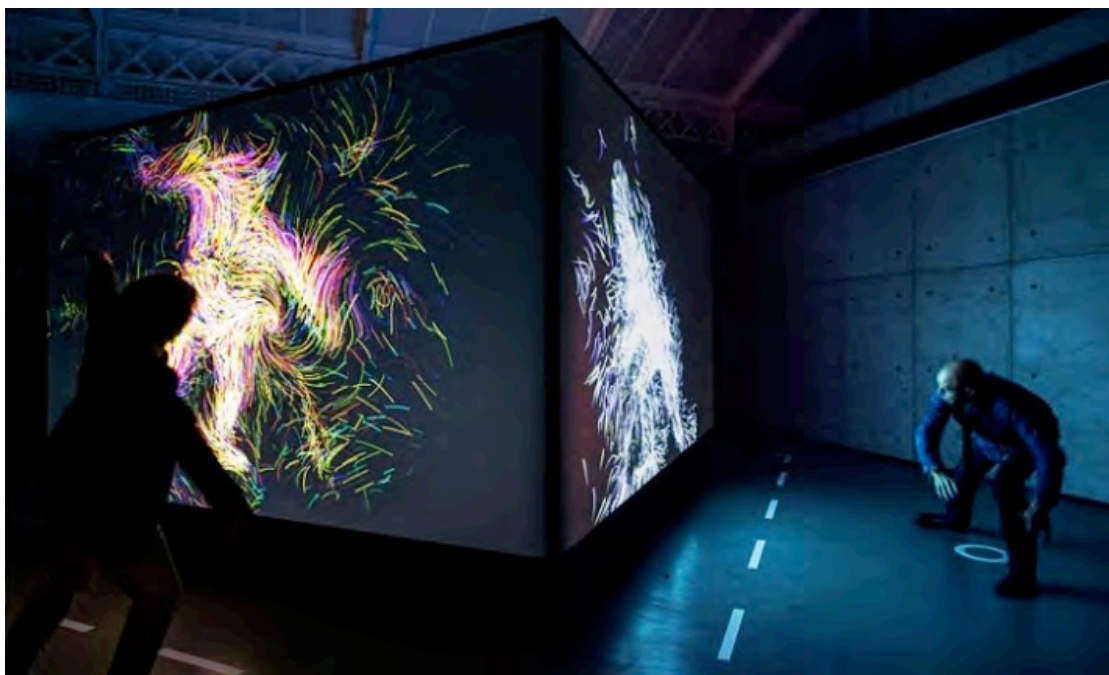
средой. Пример такого искусства продемонстрирован на *ил. 3*.



Ил. 3. Net-art

Интерактивные инсталляции – это специальные установки или стенды, с которыми любой желающий может взаимодействовать с помощью дополнительных специальных инструментов либо с помощью своего собственного тела. Чаще всего такие инсталляции используются в выставочном пространстве либо в местах развлечений типа ресторанов, торгово-развлекательных центрах и т. д. Также существуют разные цели размещения инсталляции: например, изучение контента, просто развлечение для толпы, когда сама аудитория может подойти и поинтерактировать или для выступления артистов во время шоу.

Как уже говорилось, с интерактивными инсталляциями можно взаимодействовать по-разному. Так, с помощью технологии Кинект (*Kinect*) или любой похожей человек может взаимодействовать с инсталляцией с помощью движения тела. Все зависит от наполнения этой инсталляции, например, если инсталляция демонстрирует красивые цвета, то человек может пошевелить рукой и от его движения экран окрашивается необыкновенными красками с определенным эффектом (*ил. 4*).



Ил. 4. Интерактивная инсталляция Кинект

Также существуют специальные установки с сенсорным экраном, которые позволяют ознакомиться с необходимой информацией или поменять видео, транслируемое на экране пространства. В некоторых случаях используют голограммы, видеомэппинг – направление в искусстве, являющееся 3D-проекцией на физический объект окружающей среды с учётом его геометрии и положения в пространстве [8]. Чаще всего используется сочетание не-

скольких элементов – свет, музыка, мультимедиа, интерактив, дизайн и инфографика. Важно грамотно скомпоновать все эти элементы и тогда получится интересное и привлекающее внимание пространство [9].

Работой в формате гейм-арт является изображение, где разрабатывается стиль и дизайн компьютерной игры [10], т. е. любой концепт-арт к любой игре является гейм-артом (ил. 5).



Ил. 5. Гейм-арт к игре Rise of the Tomb Raider

Хактивизмом называется один из способов использования сети Интернет в политических целях. В частности, чтобы пропагандировать идеи свободы слова, защиты прав человека, обеспечения свободы информации [11]. Ярчайшим примером проявления подобного формата цифрового искусства являются DDoS-атаки, с помощью которых перегружается сервер и сайт не способен нормально функционировать.

ASCII искусством являются изображения, созданные с помощью символов ACSII (*American Standard Code for Information Interchange* – название таблицы, где находится определенный набор символов, часто произносится как *аский* [12]) на экране компьютерного терминала или принтера и состоящие из буквенных, цифровых символов и знаков пунктуации [13]. Считается, что такой тип изображения был известен еще во времена распространения печатных машинок, т. к. там можно было создать изображения. Пример современного ASCII-произведения можно увидеть на *ил. 6*.



Ил. 6. ASCII-art

Пиксель-арт – форма изобразительного искусства, созданная с помощью растрового графического редактора и отредактированная на уровне пикселей (наименьший элемент изображения) [14]. Чаще всего, разрешение таких картин очень мало, но при этом можно разглядеть каждый пиксель, но бывают и исключения. Такого рода графика существовала с момента появления первых игр. Например, тетрис или игры на *Game Boy*. В таких типах графики нужно редактировать каждый пиксель, иначе это не будет считаться пик-

сельным искусством. На *ил. 7* представлен один из примеров пиксельного искусства.



Ил. 7. Пиксель-арт «Little Garden Pond Design» за авторством Cutiezor

Chiptune – вид электронной музыки, который синтезируется и воспроизводится в реальном времени. Такой вид воспроизводился аудиочипом компьютера или игровой приставки. В играх на данный момент существуют именно звуки, заранее записанные и воспроизводящиеся в зависимости от ситуации. «Дешевая музыка», если переводить это название, создавалась при помощи написания отдельной несложной программы. Сейчас такой тип аудио можно создавать с помощью разных программ. Примерами современных композиторов чиптюна можно назвать *Yerzmyey, Manwe, Gordon Strombola, she, glomag, Saskrotch, 8bitpeoples* [15].

Демо – жанр компьютерного искусства, который представляет собой мультимедийную презентацию. Принято называть субкультуру, объединяющую авторов таких работ, демосценой. Цель демо в том, чтобы показать свои знания в области 3D-моделирования, компьютерной графики и создания музыки в реальном времени. Чаще всего это рендеринг 3D-модели в сочетании с 2D-эффектами. Такие работы можно увидеть на «Компо» (от англ. *Competition*, переводится как соревнование) или демопати (от англ. *Party* – вечеринка, но официально называется фестивалем компьютерного искусства), а также в Интернете в онлайн-конкурсах [16]. Пример кадра из демо показан на *ил. 8*.



Ил. 8. Демо «Chaos Theory by Conspiracy»

Демо делиться на такие типы, как:

- интро – презентация малого размера (4K или 64K), тема может быть разной, например, приглашение;

- мегадемо – сборник эффектов не связанных общей темой, но являющийся открыто интерактивным. Другие типы демо имеют интерактивные эффекты, но они вызываются по недокументированной комбинации клавиш;

- треко – демо, синхронизированное под музыку, интерактивность отсутствует, показ идет ограниченное время, позволяет развить сюжетную составляющую [16].

ANSI-art является расширенной версией *ASCII*-графики, которая была рассмотрена выше. В работах данной направленности все создается с помощью всех 224 печатных символов, 16-ти цветов шрифта и 8-и фоновых цветов [17]. На *ил. 9* показан пример *ANSI*-графики.

Дигитальной поэзией является совокупность нескольких произведений литературы, созданных с помощью компьютерных технологий, причем так, чтобы без этих технологий такое произведение не могло существовать. Дигитальная проза и

поэзия несколько похожи. Обе имеют гипертекст, интерактивность, включение элементов анимации и другого мультимедийного контента. Примером такого вида искусства является работа Рамона Кено «Сто миллионов стихов», где 10 сонетов были написаны таким образом, что строки свободно комбинировались между собой [18].



Ил. 9. ANSI-art

Таким образом, рассмотрев различные варианты цифрового искусства, можно утверждать, что благодаря использованию современных технологий творческие люди получают больше возможностей для самовыражения. Сфера цифрового искусства пока в начале своего разви-

тия, но уже принимается благосклонно многими людьми, с ее помощью можно зарабатывать на жизнь, как, например, с помощью гейм-арта. Искусство развивалось на протяжении многих веков, и в ка-

ждом веке были свои стили и свои великие художники. Искусство всегда должно развиваться и проходить новые этапы. Цифровое искусство – один из этих этапов.

Литература

1. *Судакова, О. Н.* Урбанистическое искусство: территория социальных интересов или разговор о новой форме эстетики / Судакова О. Н. // Труды института бизнес-коммуникаций: науч. издание ; под общ. ред. М.Э. Вильчинской-Бутенко. Санкт-Петербург, 2017. С. 160-166.
2. Компьютерное искусство [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Компьютерное_искусство](https://ru.wikipedia.org/wiki/Компьютерное_искусство). – Загл. с экрана.
3. Цифровая живопись [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Цифровая_живопись](https://ru.wikipedia.org/wiki/Цифровая_живопись). – Загл. с экрана.
4. Цифровая фотография [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Цифровая_фотография](https://ru.wikipedia.org/wiki/Цифровая_фотография). – Загл. с экрана.
5. Что лучше? Зеркалка vs. беззеркалка [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: [https://mychaos.ru/ chto-vyibrat/zerkalka-vs-bezzerkalka](https://mychaos.ru/chto-vyibrat/zerkalka-vs-bezzerkalka). – Загл. с экрана.
6. Гипертекст [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Гипертекст>. – Загл. с экрана.
7. Нет-арт [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Нет-арт>. – Загл. с экрана.
8. Видеомэппинг [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Видео-мэппинг>. – Загл. с экрана.
9. Интерактивные и мультимедийные технологии в музее [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://www.ascreen.ru/projects/type/more.php?id=32> – Загл. с экрана.
10. Digital-art – новое направление в искусстве [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://ndm.agency/design-reklama/digital-art-novoe-napravlenie-v-iskusstve/> – Загл. с экрана.
11. Хактивизм [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Хактивизм>. – Загл. с экрана.
12. ASCII [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://ru.wikipedia.org/wiki/ASCII>. – Загл. с экрана.
13. ASCII-графика [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://ru.wikipedia.org/wiki/ASCII-графика>. – Загл. с экрана.
14. Пиксельная графика [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Пиксельная_графика](https://ru.wikipedia.org/wiki/Пиксельная_графика). – Загл. с экрана.
15. Чиптюн – что это такое, и с чем его едят – часть первая [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://habr.com/post/81346/> – Загл. с экрана.
16. Демка [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Демка>. – Загл. с экрана.
17. ANSI-графика [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://ru.wikipedia.org/wiki/ANSI-графика>. – Загл. с экрана.
18. Цифровая литература [Электронный ресурс]. РЕЖИМ ДОСТУПА: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Цифровая_литература](https://ru.wikipedia.org/wiki/Цифровая_литература). – Загл. с экрана.

УДК 003.6:004.92:391:745/749

С. А. Стариков
В. А. Грачков
Д. А. Алешина

ДИЗАЙН КРОКОВ СО СЛАВЯНСКОЙ СИМВОЛИКОЙ

В ходе работы была изучена информация об орнаментально-цветовом исполнении тканей древних славян периода до крещения Руси, дошедших до нашего времени. На основе полученной информации разработана цифровая коллекция кроков и обосновано выбранное художественное решение.

Ключевые слова: графический редактор, дизайн ткани, письменность

Sergey A. Starikov
Vsevolod A. Grachkov
Daria A. Aleshina

DESIGN CROQUIS WITH SLAVIC SYMBOLS

In the course of the work, information on the ornamental-color performance of the ancient Slavs' tissues of the period before the baptism of Rus, which survived to this day, was studied. On the basis of the information received, a digital collection of crocs has been developed and the chosen artistic solution is justified.

Key words: graphic editor, fabric design, writing

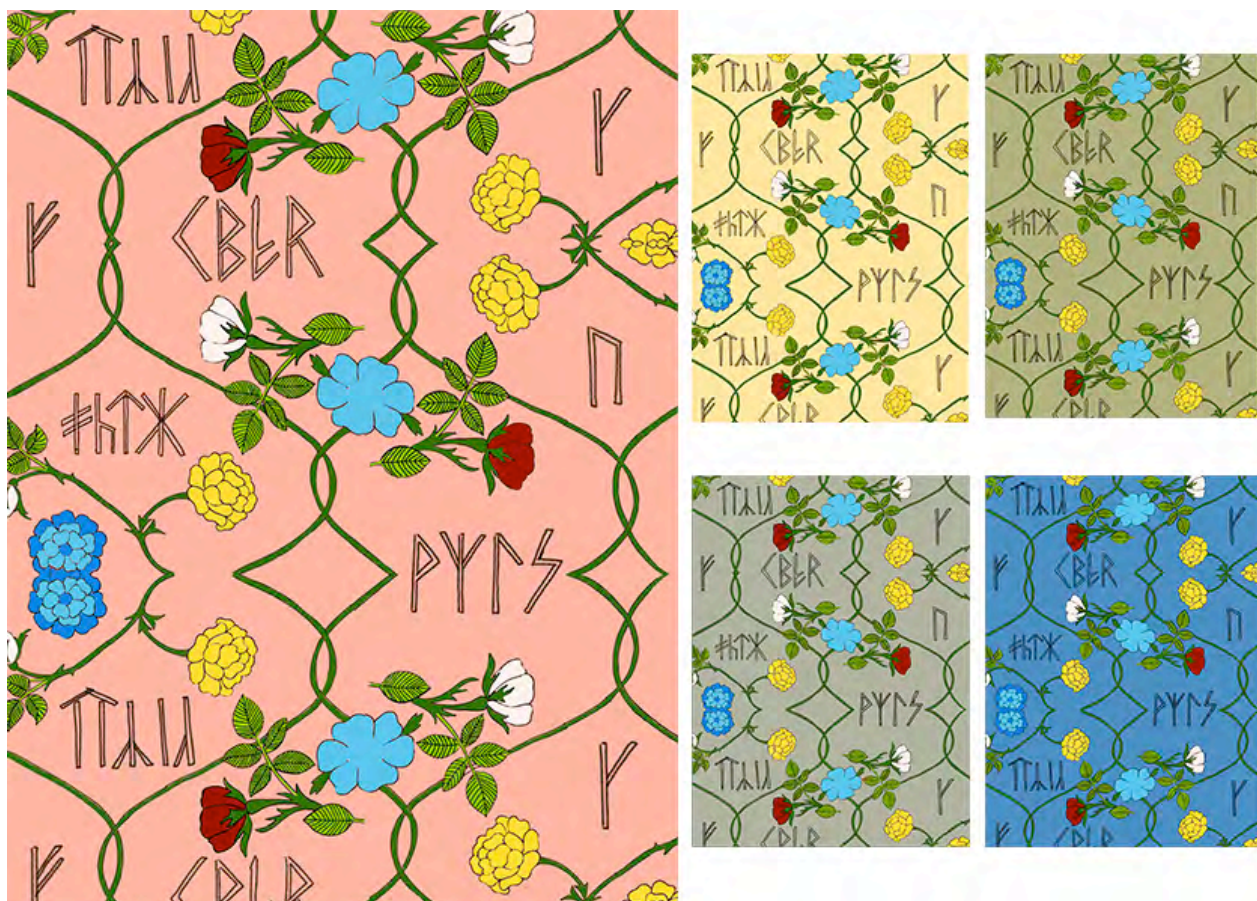
В нынешнее время большое влияние на современную моду и дизайн оказывает западная традиция, которой современное российское общество с легкостью поддается, и тем самым забывает, теряет свои корни и свое наследие. Данная исследовательская работа – это попытка отойти от влияния чужой культурной традиции.

Общепринятой датой возникновения письменности у славян считается 863 год, но некоторые исследователи считают, что писать на Руси умели и раньше [1]. Эмпирической базой данной статьи стало достаточное количество разнообразного научного материала касаясь кроков, кроков с использованием письменности, а также различных текстильных изделий [3]. Было выявлено, что тема письменности, а именно письменность славян, мало реализована в данной области. Основная идея (цель) определилась достаточно быстро: желание развить тему письменности древних славян

в создании тканей и изделий из них.

Был разработан дизайн кроков с использованием инструментальных возможностей графических редакторов и задействован ряд программ, а именно: *Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, CorelDraw, Autodesk Sketch Book Pro* [2]. Кроки были созданы по мотивам древнеславянской письменности нескольких направлений: рунической письменности, с «чертами и резами», с глаголицей.

Для создания кроков с темой славянской рунической письменности была использована программа *Autodesk Sketch Book Pro*. Отрисованы руны, растительные элементы, заливка. Цветовая гамма была разделена на два типа: более приглушенные и спокойные тона – это попытка показать, как примерно выглядела бы данная ткань в древние времена; яркие и насыщенные тона – попытка реализации в современной моде и дизайне (ил. 1).



Ил. 1. Кроки с растительными мотивами, животными и рунами

Вся прорисовка была выполнена вручную и поэтапно. В качестве основного аппаратного инструмента при создании данного крока использовался мультимедийный планшет *Apple Ipad Air 2*, без специального стилуса, посредством сенсорного экрана. Данный планшет позволяет

выполнять отрисовку в программе *Autodesk Sketch Book Pro* при помощи пальцев, путем регулировки в программе силы нажатия. Сама программа очень проста для пользователя, интерфейс программы простой и понятный, меню можно настроить индивидуально.

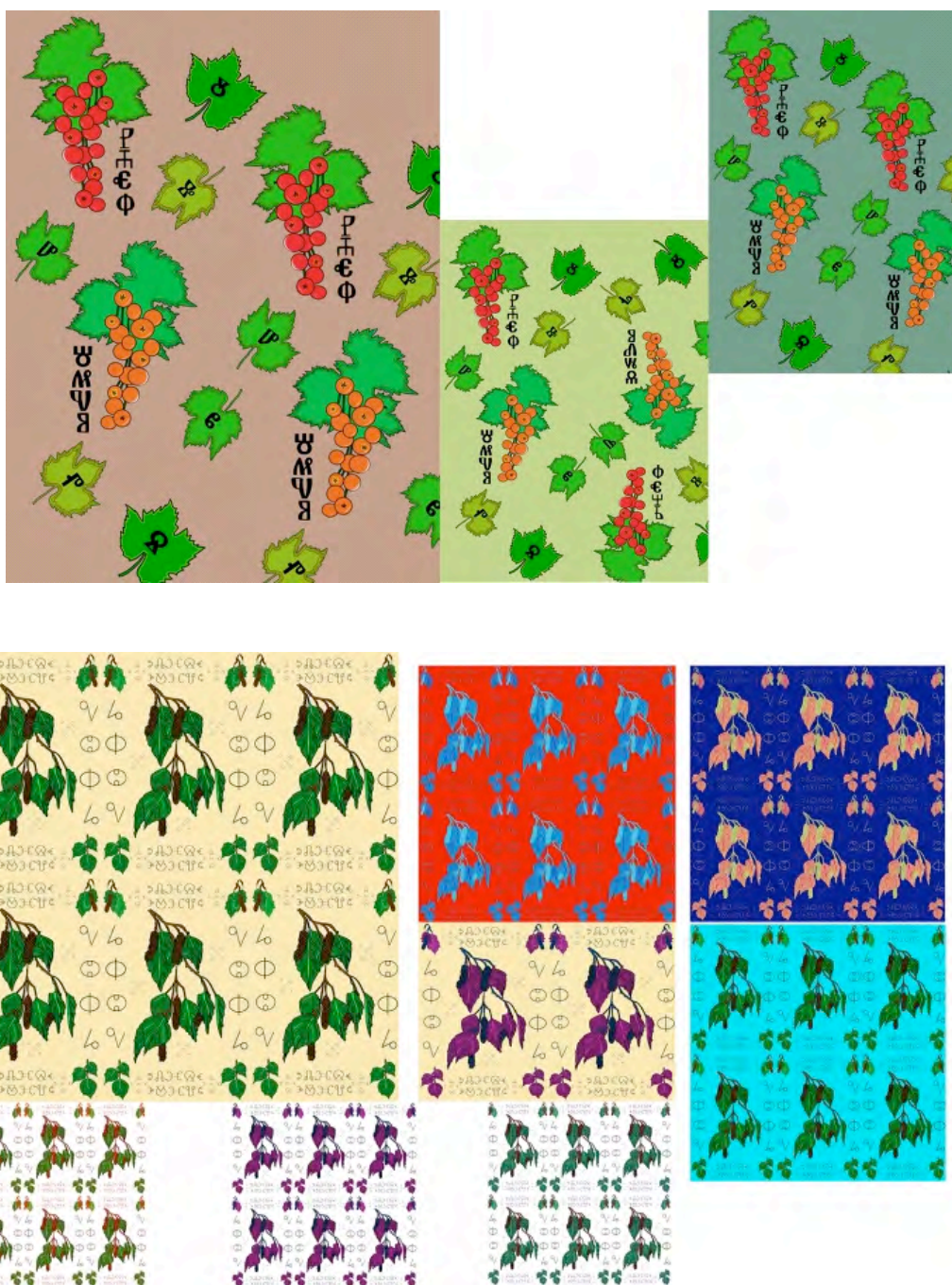
Разновидность пиктографического и счетного письма у древних славян получила название письма с «чертами и резами». Эти знаки в форме длинных черточек (черты) и коротких зарубок (резы) служили для передачи кратких сообщений о праве собственности, личной информации, магических ритуалах.

Кроки с чертами и резами были созданы в программах *Adobe Photoshop* и *CorelDraw*. В программе *CorelDraw* были отрисованы основные элементы (черты и

резы), при помощи инструментов *линии, форма, сглаживание* и т. д. Аппаратным инструментом, при помощи которого производилась отрисовка, стал графический планшет. Основная компоновка отрисованных ранее элементов в *CorelDraw* осуществлялась в программе *Adobe Photoshop*. В этой же программе определялся стиль крока и подбирались цветовая гамма. Данные кроки выполнены в стиле конструктивизма. Цветовая гамма также представлена в нескольких вариантах (*ил. 2*).



Ил. 2. Кроки черты и резы



Ил. 3. Кроки с глаголицей

Глаголица в качестве славянского алфавита появилась на Балканском полуострове приблизительно в IV в. Она на пять веков древнее кириллицы; как ранее, так и сегодня ее преимущественно использовали в сакральных целях: например, гла-

голица используется в современной церковной литургии в Хорватии. Буквы глаголицы имеют преимущественно замкнутые очертания, округлы, более вычурны, некоторые напоминают графемы самаритянского алфавита.

Кроки на тему глаголицы (ил. 3) выполнены в программах *Adobe Illustrator* и *CorelDraw*. Были отрисованы символы глаголицы и растительные элементы. Символы глаголицы создавались в *Adobe Illustrator* и *CorelDraw* путем применения инструментов *прямая*, *эллипс*, *окружность*, *заливка* и т. д. Отрисовка растительного элемента (ветки березы) произведена в программе *Adobe Illustrator* при помощи графического планшета; компоновка

и подбор цветовой гаммы прорабатывались в программе *Adobe Photoshop*. Подобраны варианты различного раппорта, а также цветовой гаммы.

Применение готовых дизайнерских кроков может быть весьма разнообразно – от одежды до элементов интерьера, может способствовать развитию интереса к заявленной тематике, а также разнообразию ассортимента отечественной текстильной продукции.

Литература

1. *Истрин, В. А.* Дохристианская письменность славян [Текст] / В. А. Истрин // Возникновение и развитие письма. М., 1965. С. 442-466.
2. *Манакин, Е. И.* Разработка продуктов мультимедиа для обучения и проведения мероприятий развлекательного характера [Текст] / Е. И. Манакин, С. А. Стариков, А. С. Егоров, Д. А. Алешина // Молодые ученые – развитию текстильно-промышленного кластера (ПОИСК-2016): материалы межвузовской научно-технической конференции. Иваново: ИВГПУ, 2016. № 1. С. 426-427.
3. *Стариков, С. А.* Разработка дизайна кроков со славянской символикой с использованием инструментальных возможностей графических редакторов [Текст] / С. А. Стариков, В. А. Грачков, Д. А. Алешина // Молодые ученые – развитию национальной технологической инициативы (ПОИСК-2018): материалы межвуз. науч.-технич. конф. Иваново: ИВПУ, 2018. № 1. С. 243-244.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 338.262

И. В. Горелова

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ SEO-АНАЛИЗА ДЛЯ
ОЦЕНКИ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ

Наличие стратегий – это стимул для развития территорий любого административного уровня. Однако отсутствие алгоритма составления и оценки таких документов, анализа практик их имплементации, нивелирования значимости данного аспекта в системе оценки деятельности органов власти приводит к тому, что данный инструмент стратегического управления остается невостребованным в системе территориального управления. Автор предлагает в качестве методики оценки текстов стратегий использовать инструментарий SEO-анализа сайтов, который решает задачу аудита территориальных стратегий в контексте управленческих, социально-психологических и лингвистических аспектов деятельности органов государственной власти.

Ключевые слова: стратегия, регион, фрейм результата, симулякр, SEO-анализ.

Irina V. Gorelova

PROSPECTS FOR THE USE OF THE TOOLS SEO –ANALYSIS FOR EVALUATING
TERRITORIAL STRATEGIES

The purpose of the article was to draw attention to the problems of formulating regional strategies. The lack of algorithm development and review of such documents, the analysis of practices of implementing them, leveling the importance of this aspect in the evaluation system of the activities of the authorities leads to the fact that this tool of strategic management remains unclaimed in the system of territorial administration. The author offers the method of evaluation of texts strategies use tools SEO-analysis sites. This toolbox solves the problem of auditing territorial strategies.

Keywords: strategy, region, frame result, a simulacrum, SEO-analysis.

Рациональной организации пространства и времени в масштабах региона помогают разработанные стратегии. Стратегия – это сформулированная и обусловленная макроэкономическими социально-экономическими индикаторами цель развития территории в требуемом контексте. Наличие стратегии означает переход к проактивному развитию, в основе которого лежит создание образа будущего. Вызовы и угрозы задают контекст, концепция устойчивого развития помогает сформировать инструментарий сбалансированного развития территории. Контекст стратегии важен с позиции стимулирующей функции стратегического управления. В концепции нейролингвистического программирования стратегия будет трактоваться как «фрейм»

– понимаемая носителем картина мира, которая обуславливает собой поведенческий механизм. С точки зрения достижимости целей таких фреймов выделяют фрейм результата и фрейм проблем [3, с. 13]. Задача управленца состоит в формулировании, идентификации и использовании (либо преобразовании) релевантного для управленческих целей типа фрейма. Очевидно, что в стратегиях, в том числе и территориальных, приоритет должен отдаваться фреймам результата. Однако в текстах указанных документов встречаются так называемые номинализации, имеющие и в психологии, и в лингвистики схожие толкования – слова, смысл которых часто субъективен и может трактоваться по-разному. Каждое из таких понятий в заданном кон-

тексте и человеком может пониматься по-своему. Т. е. это слова, в которых нивелирован смысл (практически – симулякры), в результате чего стратегия сама становится симулякром [2, с. 17]. Номинализации выступают как побочный эффект управления. Лингвистические проблемы, сопровождающие процесс стратегического управления, доказывают несерьезность намерений по всему спектру государственного и муниципального управления [6]. Некорректное использование / толкование терминов порождает риск экстраполяции проблем на сопряженные сферы жизнедеятельности.

Анализ стратегий часто встречается в научно-публицистической литературе. Но, как правило, дальше статистических изысков (а к ним склонны те, кто имеет доступ к актуальным базам данных, сопутствующим стратегическому планированию и управлению) дело не идет. [1]. Как правило, оценки документов стратегического планирования развития территорий (заметим: оценки имплементации стратегий не найти, так как воплощать в принципе нечего) в ситуации отсутствия алгоритма составления таких документов усердно сдобрены научной риторикой [7]. Автор, много лет работая над проблемой эффективности формулирования и имплементации стратегий любого уровня, в данной статье выносит на суд две проблемы-задачи:

- 1) обоснование причин и следствий формулирования некачественных стратегий;
- 2) разработка и апробация методики анализа текстов документов стратегий.

Ответ на первый вопрос кроется в национальных особенностях управления, в наблюдаемом дисбалансе субъектно-объектной связи в управлении [3]. Чтобы было понятно, о чем идет речь, воспользуемся типами ментальных моделей, описанных Д. А. Норманом, который выделяет: модель дизайнера (его понимание результата) и модель пользователя [9, с. 58]. Если дизайнер (в переводе на русский: дизайн – решение, дизайнер – человек, принимающий решение, то же, что и менеджер), принимая решение, ориентируется на ментальную модель пользователя (объекта

управления), скорее всего, решение будет более эффективным. Оценка текстов стратегий территориального развития¹ показывает обратную ситуацию. Предлагаем оценить метафоры и номинализации, содержащиеся в ряде целевых установок стратегий, призванных стать триггером к формированию у жителей территории «стратегического мышления» на предмет их соответствия фрейму результата: «достойное человека качество жизни», «комфортная среда проживания», «высокие темпы устойчивого развития экономики», «оптимальное использование уникальных ресурсов», «реализация политики», «реализация приоритетов», «пространство развития человека», «открытая и эффективная власть», «эффективное использование человеческого и инновационно-инвестиционного потенциала», «приращение человеческого потенциала», «гармоничное сочетание интересов личности, общества и государства», «опережающий экономический рост за счет развития базового сектора», «высокие стандарты благосостояния человека и качества жизни», «формирование научно обоснованной политики», «сегмент постиндустриальной экономики», «устойчивое развитие» «экологизация всех сфер жизнедеятельности», «зодчий мира», «магнит технологий», «пространство гармоничного развития», «глобальный конкурентоспособный устойчивый регион», «драйвер полюса роста» [5].

Найти актуальные тексты стратегий по ряду субъектов – неразрешимая задача. Созданный портал взаимодействия бизнеса, общества и власти РФ (<https://strategyrf.ru>), кроме красивого интерфейса, малоинформативен; не все тексты, представленные на сайте, актуализированы, зато найдены виновники ситуации (главы субъектов): под их портретами уг-

¹ Тексты стратегий территориального развития помогают проанализировать субъект управления, составить его социологический портрет в «естественных» условиях (например, как иначе можно было бы оценить послание народу в тексте официальной стратегии Главы Архангельской области или стихи о городе в стратегии Севастополя).

рожающая личной репутации аналогично табло на спортивных соревнованиях надпись: «Сказано – Сделано». Ниже указан «счет», практически у всех «ноль – ноль».

Что касается решения второй поставленной задачи, за основу методики анализа текстов стратегий автор предлагает взять SEO-анализ текстов (*Search Engine Optimization* – «оптимизация для поисковых машин»). Использование данной методики позволяет оценить качество сайта по ряду параметров и помогает его дальнейшему продвижению. По сути, SEO-

анализ является основой аудита сайтов и текстов, т. к. решает главную задачу: оценивает уникальность сайта (текста) в мире современных информационных технологий. Автором для анализа стратегий использовался он-лайн сервис анализа текстов <https://istio.com> (прежде всего, по причине того, что с его помощью можно анализировать тексты больших объемов). Параметры оценки и их характеристики применительно к стратегиям территориального развития приведены в *табл. 1*.

Т а б л и ц а 1. Параметры оценки текстов стратегий с использованием SEO-анализа текстов

Параметр	Содержание
Длина с пробелами (символов)	Определяется объем текста по аналогии с тем, как в научных трудах определяются количество печатных листов. В ситуации отсутствия унифицированных алгоритмов формулирования стратегий, разработчики склонны «брать количеством»
Длина без пробелов (символов)	
Всего слов	Решает ту же задачу, что и предыдущий параметр, только в приемлемых для языка единицах измерения. В нынешней ситуации вне зависимости от размера субъекта федерации объем текстов стратегий варьируется от нескольких десятков до нескольких сотен страниц
Водность (%)	Показывает долю слов текста, не несущих информационной нагрузки. В последнее время часто говорят о «клиповости» современного мышления, забывая о «лозунговости» и «зашлакованности» последнего. Для достижения стратегических целей <i>водность</i> – важный показатель. Недостатками для его валидной оценки являются: (1) отсутствие словаря стратегий, который позволил бы избежать завышения данного критерия; (2) отсутствие унифицированного подхода к оценке параметра существующими сервисами. В используемом в работе сервисе норма составляет 30 – 60%
Тошнота	Определяет частоту использования какого-либо слова в текстовом документе. Решает проблему определения ключевых слов в документе. Помогает в анализе стратегий определить ее инфорсмент, а также идентифицировать номинализации, нивелирующие стимулирующую и мотивационную составляющие стратегий. Недостатками являются: (1) отсутствие словаря стратегий, который позволил бы избежать завышения данного критерия; (2) отсутствие унифицированного подхода к оценке параметра имеющимися сервисами. В зависимости от выбираемого типа тошноты (выделяют классическую и академическую), показатель колеблется от 2 до 9 пунктов соответственно
Топ10 слов	Перечень из 10 слов, встречающихся в тексте чаще всего. Ряд сервисов предлагает перечни из большего количества слов. В системе анализа стратегий данный параметр позволит сформулировать не только релевантный целям стратегирования словарь, но также определит словари по разделам стратегий. Помогает решить задачу формулирования фрейма результата
Словарь (слов)	Количество используемых в тексте слов. На данном этапе исследований позволит оценить «управленческий сленг» и степень работоспособности стратегии, исходя из ее «словарного запаса»
Словарь ядра (слов)	Похож на предыдущий показатель, отличие состоит в подсчете количества слов без стоп – слов, или шумовых слов
Тематика	Так как методика заимствуется из сферы анализа сайтов, которые призваны, прежде всего, идентифицировать требуемую сферу поиска, данный параметр может показать в деле исследования стратегий, к какой тематике может быть отнесен текст стратегии, исходя из его наполнения, т. е. оценить реальную сферу приложения текстов стратегий

Ниже (табл. 2) показан результат анализа текстов стратегий по методике SEO-анализа на примере стратегий регио-

нов, входящих в Южный федеральный округ (ЮФО) РФ.

Т а б л и ц а 2. SEO-анализ текстов стратегий регионов, входящих в ЮФО

Параметр	Ростовская область	Республика Калмыкия	Республика Адыгея	Астраханская область	Волгоградская область	Город Севастополь	Республика Крым
Длина с пробелами (символов)	685798	175074	182729	352778	322767	133388	737603
Длина без пробелов (символов)	604317	154638	160270	310773	285012	116079	651951
Всего слов	75092	18263	19904	39195	35291	13909	77037
Водность (%)	28	23	27	28	27	31	23
Тошнота	58.54	26.45	30.28	41.31	38.06	27.45	62.14
Топ10 слов	область, ростовский, год, развитие, процент, производство, уровень, население, система, территория	республика, Калмыкия, развитие, год, район, строительство, образование, бюджет, муниципальный, территория	республика, год, Адыгея, развитие, население, уровень, социальный, рост, доля, рубль	область, развитие, астраханский, год, инвестиционный, регион, проект, рынок, реализация, создание	область, развитие, волгоградский, год, производство, процент, население, рост, предприятие, объем	Севастополь, город, год, население, процент, развитие, показатель, государственный, система	Крым, республика, развитие, год, комплекс, производство, создание, строительство, население, система
Словарь (слов)	5836	2345	2670	4085	3750	2677	6365
Словарь ядра	5472	2127	2392	3722	3418	2365	5971
Тематика	Администрации, Города и регионы, Транспорт	Администрации, Города и регионы, Образование	Администрации, Женский клуб, Транспорт	Администрации, Города и регионы, Компании	Администрации, Промышленность, Города и регионы	Города и регионы, Погода, Администрации	Администрации, Промышленность, Города и регионы

Какие выводы позволяет сделать представленный анализ? Словарь стратегий растет прямо пропорционально количеству слов в документе. Разнообразием, судя по показателю, *top 10* не отличается. Возможно, это положительный момент, и оригинальность в официальном документе не должна приветствоваться. *Водность* как показатель используемого ресурса находится в норме. Зато показатель *тошноты* текста впечатляет: при норме *академической тошноты*, используемой для анализа сайтов до 9 пунктов, в стратегиях данный показатель говорит о чрезмерном повторе самых употребляемых слов и словосочетаний. Показатель также растет с увеличением объема самого текста. Однако стоит отметить, что показатель *тошноты* в связи с показателем *top 10 слов* говорит о превалировании в тексте номинализаций. Автор при помощи используемого сервиса определил топ 10 слов стратегий Южного федерального округа: год, развитие, население, область, республика, производство, инвестиционный, рост, строительство, реализация. По правилам определения номинализаций, можно сделать вывод, что показатель *тошноты* растет за их счет. Что касается тематики текстов, она соот-

ветствует предназначению анализируемых документов. Исключения типа «женский клуб» в тексте стратегии Республики Адыгеи, а также «погода» в стратегии Севастополя показывает особенности автоматической интерпретации информации.

Использование методик *SEO*-анализа применительно к стратегиям позволит сформулировать словарь стратегий, словарь номинализаций, фреймы результатов, алгоритм написания стратегий, закрепить в текстах стратегий мотивационную составляющую, избавить имеющиеся тексты стратегий от так называемых шумовых слов, обосновать критерии оценки, оценить имеющиеся стратегии и профессионализм работающих в этой сфере. В современном мире, когда конкурентное преимущество кроется в правильно поданном контексте, стратегии являются инструментом формирования требуемого контекста. Закончим словами И. В. Гете: «Большая часть бед во всем мире происходит от того, что люди недостаточно точно понимают свои цели. Начиная возводить здание, они тратят на фундамент слишком мало усилий, чтобы могла выстоять башня» [8, с. 166].

Литература

1. Анализ факторов реализации документов стратегического планирования верхнего уровня. Аналитический доклад [Текст] ; под ред. М. Э. Дмитриева. СПб.: ЦСР, 2016. 205 с.
2. *Бодрийяр, Ж.* Симулякры и симуляция [Текст] / Ж. Бодрийяр. Тула: ООО «Тульский полиграфист», 2013. 204 с.
3. *Демьяненко, В.* Особенности управления изменениями в России [Текст] / В. Демьяненко. М.: Издательские решения, 2016. 138 с.
4. *Дилтс, Р.* Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП [Текст]. / Р. Дилтс. СПб.: Питер, 2016. 258 с.
5. *Горелова, И. В.* Симулякры и кванторы общности как неотъемлемый элемент «русской модели управления» [Текст] / И. В. Горелова // Ползуновский альманах. 2017. № 3. Т. 2. С. 45-48.
6. *Горелова, И. В.* Институциональные ловушки в системе государственного стратегического планирования [Текст] / И.В. Горелова // Анализ, моделирование, управление, развитие социально-экономических систем: сб. науч. тр. X Международной школы-симпозиума АМУР-2016. 2016. С. 84-87.
7. *Ильина, И. Н.* Будущее регионов России: аналитический обзор документов стратегического планирования субъектов РФ [Текст] / И. Н. Ильина, Е. Е. Плисецкий, Г. С. Копыченко, Е. Г. Рыбина, В. С. Климова. М.: НИУ ВШЭ, 2015. 48 с.

8. Мудрость тысячелетий : энциклопедия [Текст] / авт.-сост. В. Балязин. М. : Олма Медиа Групп, 2010. 302, [1] с.

9. *Норман, Д.* Дизайн привычных вещей [Текст] / Д. Норман. М.: Издат. дом «Вильямс», 2006. 384 с.

УДК 65.012

О. В. Жикина

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье предлагается методика стратегического управления человеческим интеллектуальным капиталом организации. Показывается оценка стоимости человеческого интеллектуального капитала на основе расчета прямых затрат. Даются рекомендации по стратегическому, тактическому и оперативному управлению человеческим интеллектуальным капиталом организации. Предлагаются показатели эффективности использования человеческого интеллектуального капитала.

Ключевые слова: человеческий интеллектуальный капитал, интеллектуальный капитал, оценка стоимости, прямые затраты, стратегическое управление, показатели эффективности

Olga V. Zhikina

DEVELOPMENT OF THE METHODOLOGY OF STRATEGIC MANAGEMENT OF THE HUMAN INTELLECTUAL CAPITAL OF THE ORGANIZATION

The article proposes a method of strategic management of the human intellectual capital of the organization. An estimation of the value of human intellectual capital is shown on the basis of calculation of direct costs. Recommendations are given on strategic, tactical and operational management of the organization's human intellectual capital. Indicators of the effectiveness of the use of human intellectual capital are proposed.

Keywords: human intellectual capital, intellectual capital, valuation, direct costs, strategic management, performance indicators

В современных условиях динамических изменений внешней среды коммерческие организации вынуждены постоянно повышать качество менеджмента и привлекать все более серьезные инструменты для обеспечения устойчивости своей хозяйственной деятельности.

Среди инструментов менеджмента на первое место предлагается поставить стратегическое управление человеческим интеллектуальным капиталом организации.

Человеческий интеллектуальный капитал является важной составляющей интеллектуального капитала организации, определяющий его не менее чем на треть, наравне с организационным и клиентским капиталом. Поэтому предлагается принять человеческий интеллектуальный капитал в качестве одной из важнейших организационных переменных и встроить стратегическое

управление им в общую стратегию организации.

Концепция стратегического управления человеческим интеллектуальным капиталом включает следующие положения:

1. стратегическое управление человеческим интеллектуальным капиталом должно соответствовать общей стратегии организации: концентрированного, диверсифицированного или интегрированного роста или сокращения;

2. стратегическое управление человеческим интеллектуальным капиталом включает следующие составляющие (табл. 1).

Главной целью оценки стоимости человеческого интеллектуального капитала организации является ее соотнесение с показателями выручки и прибыли, что должно дать высшему руководству четкое понимание

соотношения вложений в человеческий интеллектуальный капиталый и отдачи от него.

Частными целями оценки стоимости человеческого интеллектуального капитала являются:

- обоснование дифференциации заработной платы через ценность сотрудника для организации;
- повышение удовлетворенности сотрудников содержанием труда и отношением к нему организации в лице высшего руководства;
- получение сотрудником адекватной финансовой оценки (заработной платы)

своему уму, творческой и физической энергии, затраченным при решении производственных задач;

- повышение самооценки сотрудника;
- удержание ценного сотрудника как объекта прошлых инвестиций и генератора будущих доходов организации;
- повышение лояльности (приверженности) особо ценных сотрудников к организации.

Предлагаемая методика стоимостной оценки человеческого интеллектуального капитала организации имеет следующую последовательность и этапы (рис. 1).

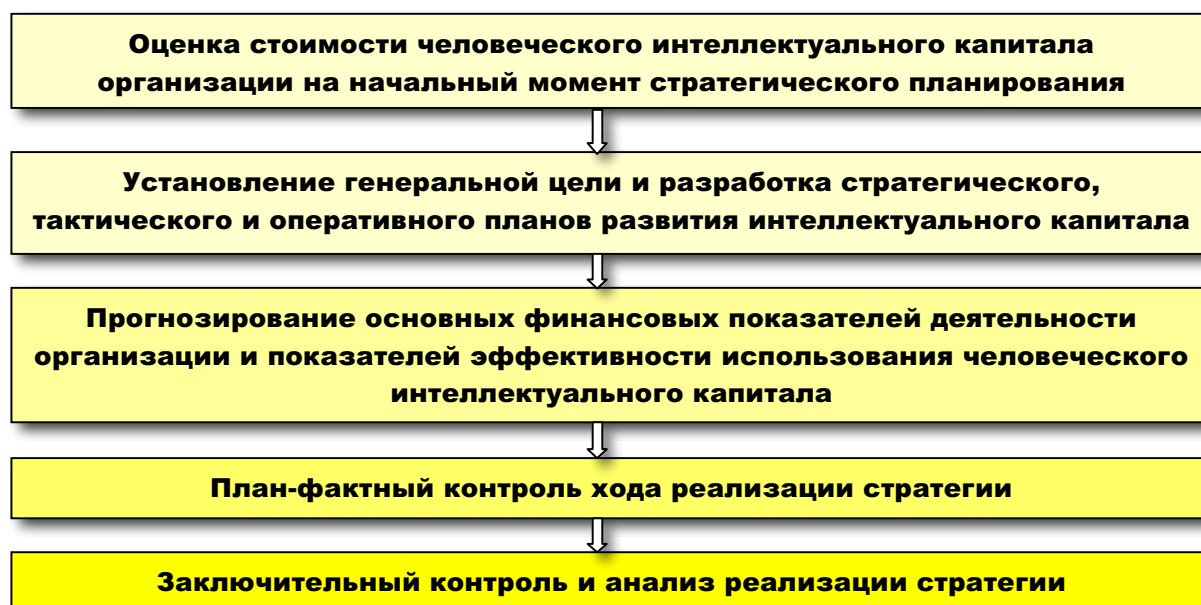


Рис. 1. Алгоритм реализации стратегии организации

1 этап. Проводится традиционный экономический анализ персонала. Анализируется организационная структура, штатное расписание, структура и динамика персонала по полу, возрасту, уровню образования, общему стажу работы, стажу работы в данной компании, на данной должности. Рассчитываются такие показатели, как доля персонала в разрезе квалификационных групп, отделов, служб, департаментов, норма управляемости, фонд заработной платы (ФЗП), средняя заработная плата одного рабочего, одного сотрудника, производительность труда, выручка и прибыль в расчете на одного сотрудника, зарплатоотдача, зарплато-

емкость, коэффициент опережения, показатели движения, в том числе текучести и постоянства кадров.

2 этап. Выделяются из общей численности персонала так называемые интеллектуальные сотрудники – ключевые фигуры – носители человеческого интеллектуального капитала – носители стратегии, развития, инноваций, корпоративной культуры, с которыми связывается будущее организации; производится расчет их доли в общей численности персонала, соответствующие им ФЗП, производительность труда, показатели эффективности использования, текучести и постоянства кадров.

Т а б л и ц а 1. Составляющие стратегического управления человеческим интеллектуальным капиталом

Составляющие	Комментарий
0. Создание на постоянной основе рабочей группы, в которую должны войти в обязательном порядке генеральный директор, директор по персоналу, директор по маркетингу, главный бухгалтер, финансовый директор, сотрудники отдела персонала	Состав группы определяется численностью персонала организации и ее организационной структурой; должна соблюдаться норма управляемости
1. Целеполагание (установление генеральной цели)	В соответствии с миссией и общей стратегией организации
2. стоимостная оценка и анализ динамики развития	Разработка и апробация соответствующей методики
2.1. оценка на уровне отдельного сотрудника (индивидуальная)	
2.2. оценка ЧИК организации в целом	
3. Планирование развития ЧИК в соответствии со стратегией организации	
3.1. стратегический план и разработка бюджета	На срок реализации стратегии (от 3 до 5 лет); создание отделов
3.2. тактический план и разработка бюджета	На срок от 1 года до 3 лет; создание отделов
3.3. оперативный план и разработка бюджета	На 1 год с разбивкой по кварталам и месяцам; создание отделов
4. Организация мероприятий, вошедших в планы:	сроки, бюджеты, конкретные лица, их количество, подбор образовательных организаций, оборудование рабочих мест; отдел персонала; разработка положения по отбору, приему, найму персонала в соответствии с обновленной политикой развития компании; разработка положения по адаптации персонала, выделение наставников по направлениям деятельности, определение форм вознаграждения за наставничество; разработка программы обучения персонала организации на срок, соответствующий стратегии; разработка оперативных планов корпоративных мероприятий и тренингов
4.1. сокращение персонала	
4.2. найм персонала	
4.3. повышение квалификации, профессиональное обучение	
4.4. продвижение по карьерной лестнице (программы карьерного роста)	
4.5. переобучение	
4.6. психологическое развитие сотрудников (тренинги, социально-психологическое тестирование, обучение по программам развития)	
4.7. корпоративные семинары, в том числе выездные	
5. Контроль хода реализации планов	План-фактный контроль и анализ, при необходимости и возможности корректировка
6. Корректировка хода реализации планов	
7. Оценка степени достижения генеральной цели; при необходимости корректировка методик оценки	
8. Постановка новой генеральной цели в ситуации достижения ранее поставленной генеральной цели	в соответствии с миссией и общей стратегией организации

К интеллектуальных сотрудникам можно отнести генерального директора, директора по развитию, маркетингу, производству, финансам, сотрудников отдела исследований и разработок, отдела информационных технологий, а также сотрудников с высшим и надвысшим (постдипломным) образованием, учеными степенями и учеными званиями, с большим стажем работы в данной

компании, с особыми заслугами (наставников, инструкторов, имеющих патенты, свидетельства о рационализаторстве, изобретения, новаторские идеи, формализации знаний в виде методологических разработок).

В качестве критериев отбора ключевых фигур могут выступать следующие (табл. 2).

Т а б л и ц а 2. Критерии отбора ключевых сотрудников

Критерий отбора	Ключевые фигуры
Занимаемая должность	Руководители высшего звена;
Стаж работы	Руководители среднего звена с большим опытом работы в данной компании;
Исполнители	Сотрудники отделов исследований и разработок, маркетинга, персонала, финансов, принимающие участие в подготовке стратегических и тактических решений
Конкретные личности	Высокая квалификация, «золотые руки», «светлая голова», ученая степень, большой стаж работы, развитая интуиция, лидерские качества, высокая работоспособность

3 этап. Производится стоимостная оценка интеллектуального капитала каждого конкретного сотрудника, выбранного на предыдущем этапе, и ранжирование сотрудников по критерию ценности для компании – в порядке убывания стоимости сотрудников.

4 этап. Проводится оценка стоимости человеческого интеллектуального капитала организации.

5 этап. Анализируется штатное расписание – оклады и надбавки интеллектуальных сотрудников, вносятся корректировки; разрабатывается система обоснования дифференциации заработной платы.

Отечественными исследователями предлагаются следующие методы расчета стоимости человеческого капитала компании [1; 2; 3]:

1. метод расчета прямых затрат на персонал: человеческий капитал организации оценивается как сумма фонда заработной платы, страховых взносов и затрат на обучение;

2. метод конкурентной оценки стоимости человеческого капитала: суммируются затраты на персонал и

потенциальный ущерб при возможном уходе;

3. метод конкурентной перспективной стоимости человеческого капитала: сочетание второго метода с оценкой динамики на 3, 5, 10, 25 лет;

4. оценка на основе испытаний в среде бизнеса: может проводиться, например, по достигнутым результатам или на основе прогноза результатов работы сотрудника.

Также стоимость человеческого интеллектуального капитала организации может оцениваться:

– как дисконтированная ожидаемая человеком заработная плата в течение всего трудоспособного периода жизни [4];

– как произведение средневзвешенной величины затрат на персонал и коэффициента использования личного капитала;

– как произведение суммы стоимостных оценок интеллектуального капитала всех сотрудников организации и коэффициента синергии [5];

– как разница между рыночной стоимостью компании, материальными и нематериальными активами [6];

ТРУДЫ ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ
2018 • Том 4

– в соответствии с комплексной методикой, предложенной О. В. Лосевой [7].

Самым простым методом расчета стоимости человеческого интеллектуаль-

ного капитала является затратный метод (табл. 3).

Т а б л и ц а 3. Стоимостная оценка индивидуального человеческого интеллектуального капитала методом расчета прямых затрат на персонал в расчете на год

Составляющие	Сумма, тыс. руб	Комментарий
1. Заработная плата, включая отпускные, доплату за адаптацию и наставничество, успешно пройденный испытательный срок новым сотрудником, оплату учебных отпусков		В соответствии со штатным расписанием и положением о премировании
2. Страховые взносы, в том числе на отпускные		В соответствии с НК РФ и ФЗ «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» от 24.07.1998 № 125-ФЗ (30,2-38,5 % от ФЗП)
3. Затраты на развитие сотрудника, в том числе		В соответствии с оперативным планом развития персонала
3.1 повышение квалификации		
3.2 психологическое развитие (тренинги, тестирование)		
4. Оплата абонементов в бассейн		
5. ...		
ИТОГО		

Далее рассчитывается интеллектуальный капитал организации (табл. 4).

Т а б л и ц а 4. Расчет стоимости человеческого интеллектуального капитала организации

Составляющие	Сумма, тыс. руб	Комментарий
1. Совокупный человеческий интеллектуальный капитал сотрудников		Сумма индивидуальных стоимостных оценок человеческого интеллектуального капитала
2. Затраты на организационную культуру		форменная одежда, канцелярия с фирменной символикой, комнаты отдыха, кофе и кофе-машины, поддержание чистоты в офисах и цехах, туалетных комнатах, подарки, грамоты, благодарности по результатам труда, корпоративные мероприятия
3. Затраты за подбор персонала		Оплата услуг рекрутинговых агентств
4. Затраты, связанные с сокращением персонала		В соответствии с Трудовым кодексом РФ
5. Затраты на внутренний PR		Мероприятия внутреннего PR направлены на повышение уровня осведомленности сотрудников, донесение до каждого сотрудника ценностей, принятых в организации, повышение лояльности сотрудников, их заинтересованности в результате. К инструментам внутреннего PR относятся официальный сайт, листки новостей, регулярные отчеты высшего руководства, новостная почтовая рассылка и т. д.
6...		
ИТОГО		

В соответствии с выбранной стратегией развития разрабатываются стратегический, тактический и оперативный планы развития человеческого интеллектуального капитала.

Проводится прогнозный анализ динамики показателей эффективности использования человеческого интеллектуального капитала. В качестве аналитических показателей можно предложить следующие показатели (табл. 5).

Т а б л и ц а 5. Показатели эффективности использования человеческого интеллектуального капитала

Показатели	Комментарий	
Доля ключевых сотрудников в общей численности, %	Темпы роста ключевых сотрудников должны быть выше темпов роста персонала; в конечном итоге компания должна стремиться к тому, чтобы все ее сотрудника являлись ключевыми (ценными для компании)	Все показатели являются однонаправленными, т. е. предполагается, что с ростом доли ключевых сотрудников и совокупных затрат на персонал (человеческий интеллектуальный капитал) растут показатели выручки, прибыли и рентабельности
Отдача человеческого интеллектуального капитала, р./р.	Темпы роста выручки должны быть выше темпов роста человеческого интеллектуального капитала	
Рентабельность ЧИК по прибыли от продаж, р./р.	Темпы роста прибыли от продаж должны быть выше темпов роста человеческого интеллектуального капитала	
Рентабельность человеческого интеллектуального капитала по чистой прибыли, р./р.	Темпы роста чистой прибыли должны быть выше темпов роста человеческого интеллектуального капитала	
Зарплатоотдача одного ключевого сотрудника, тыс. р./чел.	Темпы роста выручки должны быть выше темпов роста ФЗП	

Результатом прогнозного анализа являются выводы о динамике рассчитанных показателей, которая должна быть положительной; в обратном случае вносятся необходимые корректировки.

Предлагаемую методику покажем на примере промышленного предприятия г. Санкт-Петербурга.

Расчет человеческого интеллектуального капитала организации производится методом прямых затрат; делается допущение, что развитие персонала в организации не проводилось (табл. 6).

ТРУДЫ ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ
2018 • Том 4

Т а б л и ц а 6. Расчет стоимости человеческого капитала организации

Ключевые должности и конкретные сотрудники	Кол-во, чел.	Оклад одного сотрудника за месяц, руб.	Страховые взносы (30,2%) за месяц на одного сотрудника, руб.	Оклад всех сотрудников за год (ФЗП), руб.	Страховые взносы (30,2%) за месяц на всех сотрудников, руб.	Итого за год, руб.
1. Ключевые должности						
Генеральный директор	1	200000	60400	2400000	60400	3124800
Директор по маркетингу	1	150000	45300	1800000	45300	2343600
Директор по персоналу	1	150000	45300	1800000	45300	2343600
Директор по развитию	1	150000	45300	1800000	45300	2343600
Директор по производству	1	150000	45300	1800000	45300	2343600
Директор по закупкам	1	150000	45300	1800000	45300	2343600
Директор по продажам	1	150000	45300	1800000	45300	2343600
Директор по экономике и финансам	1	150000	45300	1800000	45300	2343600
Главный бухгалтер	1	100000	30200	1200000	30200	1562400
Руководитель дизайн-студии	1	90000	27180	1080000	27180	1406160
Отдел маркетинга	5	50000	15100	3000000	75500	3906000
Отдел персонала	3	60000	18120	2160000	54360	2812320
Отдел развития	5	65000	19630	3900000	98150	5077800
Дизайн-студия	5	70000	21140	4200000	105700	5468400
2. Конкретные сотрудники						
ФИО (отдел)	1	60000	18120	720000	18120	937440
ФИО (отдел)	1	60000	18120	720000	18120	937440
ИТОГО	30	1805000	545110	31980000	804830	41637960

В соответствии с принятой стратегией развития разрабатываются

тактические планы на ближайшие три года (табл. 7).

Т а б л и ц а 7. Затраты на человеческий интеллектуальный капитал по годам, тыс. руб.

Показатели	N	N+1	N+2	N+3
ФЗП и страховые взносы	41638	41638	42320	42320
Затраты на обучение и развитие	-	340	400	400
Затраты на организационную культуру	-	-	150	150
Затраты за подбор персонала	-	-	-	-
Оборудование рабочих мест	-	-	150	-
Затраты, связанные с сокращением персонала	-	-	-	-
Затраты на внутренний PR	-	-	100	100
ЧИК	41638	41978	43120	42970

Прогноз показателей эффективности использования человеческого интеллекту-

ального капитала в трех вариантах на первый год показан в табл. 8.

Т а б л и ц а 8. Сравнение вариантов на первый год реализации стратегии

Показатели	N	Прогноз N+1		
		пессимистический	средний	оптимистический
Человеческий интеллектуальный капитал, тыс. р.	41638	41978	41978	41978
Выручка, тыс. р.	355469	405235	423008	440782
Прибыль от продаж, тыс. р.	32245	36759	38372	39984
Чистая прибыль, тыс. р.	29840	34018	35510	37002
Рентабельность человеческого интеллектуального капитала по чистой прибыли, %	71,67	81,04	84,59	88,15

В табл. 9 дан прогноз основных показателей эффективности использования человеческого интеллектуального капитала. Приведенные в табл. 9 расчеты показывают положительную динамику как основных финансовых показателей, так и всех показателей эффективности использования человеческого интеллектуального капитала. Такой стратегический план раз-

вития организации на ближайшие три года может быть принят за основу.

Впоследствии при накоплении достаточного объема статистических данных может быть построена математическая модель зависимости выручки (y) от стоимости человеческого интеллектуального капитала (x), что позволит делать более точные прогнозы.

Т а б л и ц а 9. Прогноз основных показателей эффективности использования человеческого интеллектуального капитала

Показатели	N	Прогнозные значения		
		N+1	N+2	N+3
Человеческий интеллектуальный капитал, тыс. р.	41638	41978	43120	42970
Выручка от продаж, тыс. р.	355469	423008	465309	511840
Прибыль от продаж, тыс. р.	32245	38372	42209	46430
Чистая прибыль, тыс. р.	29840	35510	39061	42967
Численность персонала, чел.	98	104	104	104
Численность ключевых сотрудников, чел.	30	30	32	32
Отдача человеческого интеллектуального капитала, р./р.	8,54	10,08	10,79	11,91
Рентабельность человеческого интеллектуального капитала по прибыли от продаж, р./р.	0,77	0,91	0,98	1,08
Рентабельность человеческого интеллектуального капитала по чистой прибыли, р./р.	0,72	0,85	0,91	1,00
Чистая прибыль в расчете на одного сотрудника, тыс. р./чел.	304	341	376	413
Чистая прибыль в расчете на одного ключевого сотрудника, тыс. р./чел.	995	1184	1221	1343

Необходимо добавить, что сотрудник, который прошел обучение за счет организации, должен заключить с ней дополнительное соглашение о том, что он про-

работает после окончания обучения один (полтора, два) год (года), или самостоятельно оплатить его.

Литература

1. *Маленков, Ю. А.* Управление развитием человеческого капитала компании [Текст] / Ю. А. Маленков // Образование и бизнес. 2000. № 30-32 (54-56).
2. Управление персоналом [Текст] : учеб. пособие / Г. И. Михайлина [и др.]; под ред. Г. И. Михайлиной. 2-е изд., доп. и перераб. М.: ИТК «Дашков и К», 2008. 284 с.
3. *Шмулев, Г. А.* Сущность и роль интеллектуального и человеческого капиталов в развитии экономики страны: монография [Текст] / Г. А. Шмулев, О. П. Полесская, О. Н. Дьяченко, О. Н. Зайцева, И. В. Куракин; под. ред. Г. А. Шмулев. Брянск, БГТУ, 2009. 107 с.
4. *Косьмин, А. Д.* Интеллектуальный капитал как ключевой созидающий фактор общественного воспроизводства: монография [Текст] / А. Д. Косьмин, Е. А. Косьмина. М.: Экономика, 2011. 184 с.
5. *Лосева, О. В.* Оценка стоимости человеческого интеллектуального капитала в организации / О. В. Лосева // Теория и практика общественного развития. 2010. № 4. [Электронный ресурс] – РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://teoria-practica.ru/vipusk-4-2010/> . – Загл. с экрана.
6. *Климов, С. М.* Интеллектуальные ресурсы общества [Текст] / С. М. Климов. СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2002. 168 с.
7. *Лосева, О. В.* Психометрическая и стоимостная оценка человеческого интеллектуального капитала в организации: монография [Текст] / О. В. Лосева. Пенза, Изд-во Пенз. госуд. пед. ун-та, 2010. 124 с.

УДК 368.5

Е. А. Макаренко

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬХОЗСТРАХОВАНИЯ В РОССИИ

Статья рассматривает текущее положение на рынке сельхозстрахования в России. Рассмотрена динамика страховых сборов за 2014-2017 годы и их текущая структура в разрезе страховщиков. Рассмотрены основные причины падения сборов, тренды развития данного вида страхования в России с учетом зарубежной практики и пути повышения эффективности рассматриваемого направления страхования.

Ключевые слова: сельхозстрахование, премия, господдержка, урожай

Evgeniy A. Makarenko

THE MAIN TENDENCIONS OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL INSURANCE IN RUSSIA

This article views nowadays situation in the agricultural insurance in Russia. The dynamics of insurance premium was present in detail by every insurance company. The main reasons of falling of value of premium, the trends of development of this branch with foreign practice and the ways to improve effectiveness were present in this article.

Keywords: agricultural insurance, premium, government support, harvest

2017 год стал рекордным для российских аграриев: так, по итогам были собраны 135 млн. т зерна [1]. Это больше, чем рекорд времен Советского Союза, когда в 1978 году в РСФСР урожай составил 127 млн. т. Стоит отметить, что поддержка государством аграриев идет по разным направлениям, начиная с введения ограничений на поставку импортных удобрений и заканчивая государственной поддержкой страхования в сфере агропромышленного комплекса.

В то же время в России продолжается тенденция сокращения игроков на финансовом рынке, которая затрагивает как

банки, так и страховые компании [2; 3]. Помимо сокращения общего количества участников, наблюдается тенденция к монополизации отраслей. Применительно к количеству игроков на рынке сельхозстрахования по состоянию на первый квартал 2018 года осталось 7 страховщиков, тогда как на 2014 год их было 26 (рис. 1), при этом, скорее всего, данная тенденция будет продолжаться, и можно предположить, что на первый квартал 2019 года останется не более 5 страховщиков по данному виду страхования.

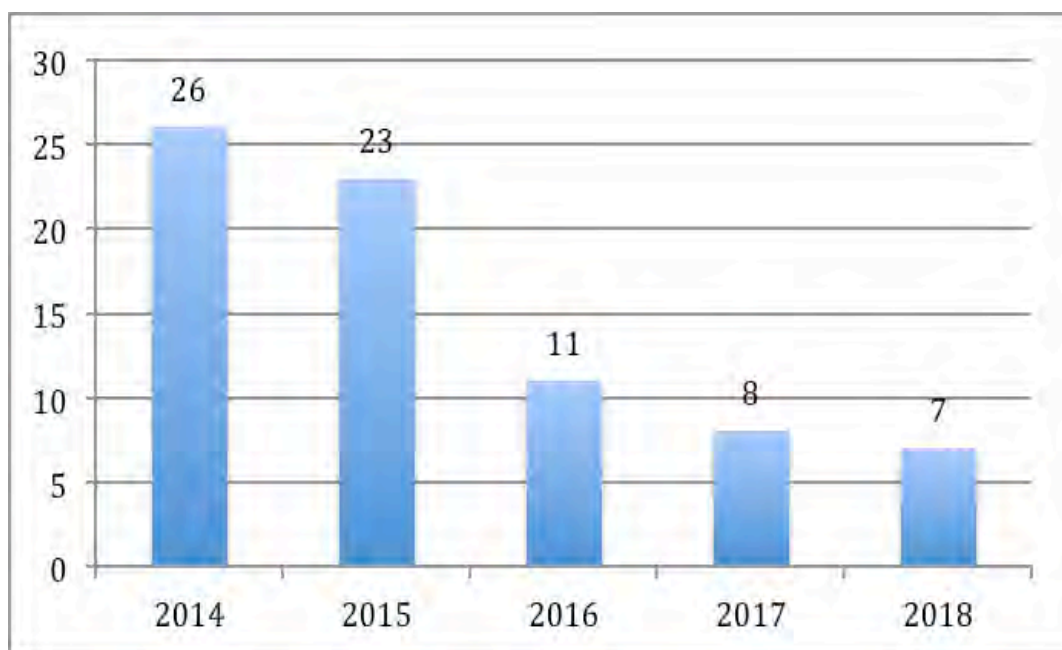


Рис. 1. Количество страховых компаний, заключавших договоры сельхозстрахования, осуществляемого с господдержкой, в первом квартале 2014-2018 гг., ед. [3]

Однако при данном анализе важны не столько абсолютные цифры, сколько относительные. Так, более 81 % всех страховых премий по сельскохозяйственному страхованию, осуществляемому с государ-

ственной поддержкой, приходится на двух игроков – РСХБ-Страхование и Альфа-страхование, 49,2 % и 31,8 % доли рынка соответственно (рис. 2).

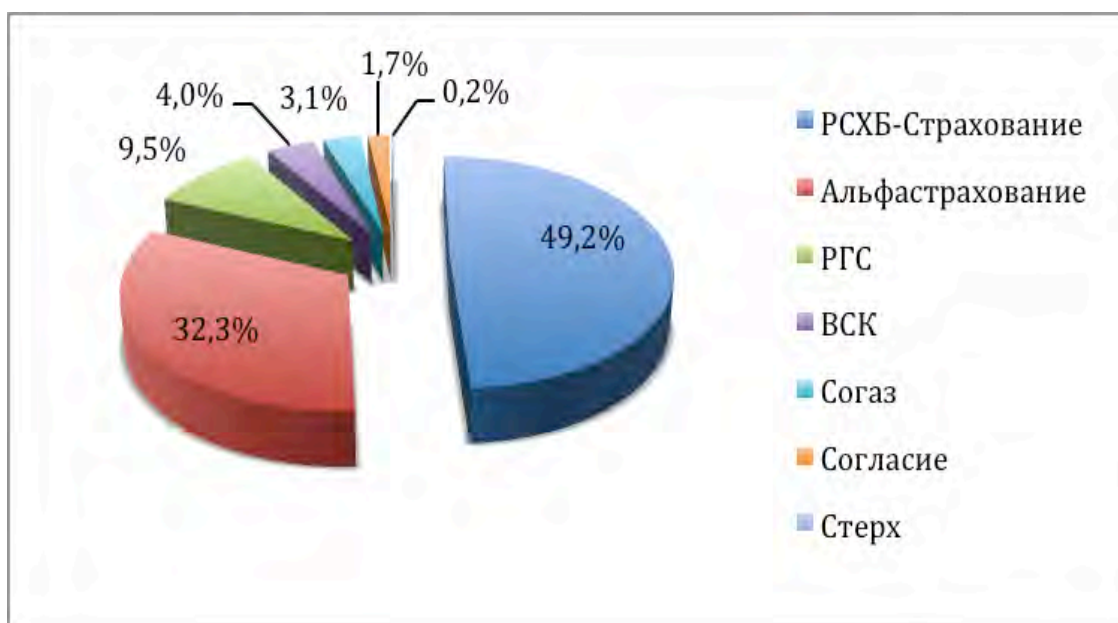


Рис. 2. Структура сборов страховых премий по сельхозстрахованию, осуществляемому с господдержкой, по компаниям в первом квартале 2018 года

Данное положение дел обусловлено, прежде всего, ситуацией с кредитованием аграрного сектора. Основным игроком на данном направлении остается Россельхозбанк, что дает возможность более тесной работы с сельхозпроизводителями его «дочке» РСХБ-Страхование.

Стоит отметить, что некоторые страховые компании (РГС, РСЦ, Сбербанк-Страхование, Верна) показывают отрицательные начисления страховых премий за 2017 год: это можно связать с расторжением договоров страхования в объеме, превышающем начисления по данному

виду за 2017 год. Можно предположить, что страховые компании пытаются оптимизировать портфель, уходя из убыточных сегментов. Особенно это заметно по компании РГС, где эта разница составила более 139 млн. руб. за 2017 год. Можно сделать вывод, что ввиду смены собственника страховщик пересматривает свою политику на рынке и будет уходить из агросстрахования.

Отрицательная динамика сборов по сельхозстрахованию, осуществляемому с государственной поддержкой, наблюдается по всем федеральным округам (рис. 3).

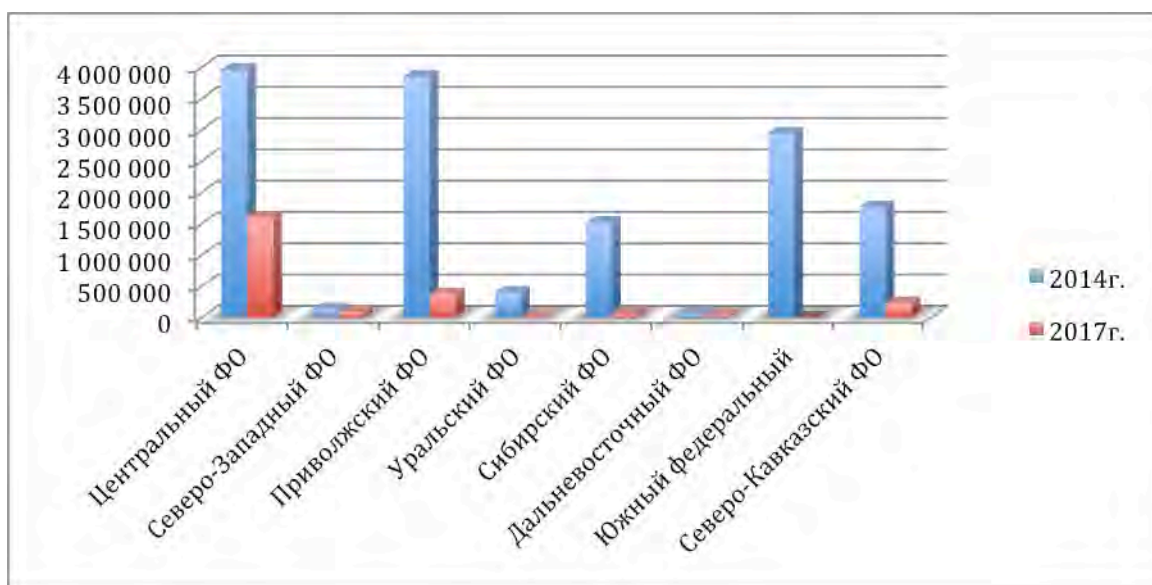


Рис. 3. Динамика страховых премий по федеральным округам в портфеле договоров сельскохозяйственного страхования с государственной поддержкой в 2014 / 2017 годах, тыс. руб.

Ряд федеральных округов практически прекратил сельхозстрахование с государственной поддержкой, что можно связать с ужесточением надзора в данных округах и снижением уровня «схемного» страхования. Все это привело к тому, что в 2017 году падение произошло практически по всем регионам, ранее лидировавшим в сегменте страхования урожая. Региональные АПК Краснодарского края и Белгородской области в 2017 году вообще отказались от господдержки при страховании урожая. Республика Башкортостан показала падение на 93 % по количеству заключенных договоров, Ставропольский

край и Республика Татарстан – по 83 %, Воронежская область – на 80 %.

Общий же тренд идет в сторону «огосударствления» данного финансового направления, что несет, с одной стороны, плюсы, с другой – очевидные минусы.

Главный плюс данной тенденции – это больший контроль за расходованием бюджетных денежных средств, направленных на поддержку и развитие сельского хозяйства в России. Не секрет, что данное направление долгое время было непрозрачно и давало возможность для различного рода манипуляций. Это косвенно подтверждает тот факт, что, например, основные лидеры в данном виде страхования

в 2014 году (ОАО СК МРСК, ООО СК Еврострахование, ООО СО Купеческое и т. д.) ушли с рынка ввиду отзыва лицензий.

В то же время минусы – это очередное вмешательство государства в рынок, что может привести к неприятным последствиям, аналогичным с другими обязательными видами, как, например, ОСАГО, ОСГОП, ОПО. Так, в случае с ОСАГО судебные решения стали одной из главных причин колоссальных убытков основных игроков рынка; регуляторные действия с ОПО и ОСГОП также привели к тому, что многие компании сдали портфели по данным видам и отказались от лицензий по ним ввиду того, что это стало просто невыгодно.

Несмотря на оказываемую государством поддержку, проникновение агрострахования остается на достаточно низком уровне, а премии по нему, согласно отчету ЦБ, составляют менее 1 % в общем объеме страховых взносов. Основными причинами этого можно назвать практически полное отсутствие регулирования как по части рисков и андеррайтинга, так и по части урегулирования убытков. При этом следует отметить, что, в отличие от ОСАГО, рынок страхования сельскохозяйственных рисков куда шире, поскольку, помимо очевидного деления по продукции растениеводства и животноводства, каждое направление имеет свои подвиды.

В настоящий момент началось упорядочение на рынке операторов зерна: так, Национальная ассоциация экспортеров сельскохозяйственной продукции планирует разработать типовые контракты для участников зернового рынка [4]. Нужна единая форма отношений в виде юридических документов, которые будут общепризнанными и унифицированными для всех участников рынка. В рамках этой активности, безусловно, имело бы смысл разработать единые правила страхования зерновых культур и методики оценки убытков.

Кроме того, введение единого тарификатора дало бы толчок к развитию данного рынка, т. к. в этом случае конкуренция лежала бы в плоскости качества страховых услуг, а не близости страховщика к

банку. Кроме того, единая методика сделала бы прозрачным ценообразование и бюджетирование аграрной сферы. В настоящий момент административный ресурс позволяет малому числу страховщиков манипулировать ставками, и в этом случае добросовестный аграрий платит за недобросовестного. При обязательном страховании есть возможность отделить тех, кто создает убытки, от тех, кто их не создает. Можно создать систему бонус-малус по клиентам по аналогии с ОСАГО, разумеется, с корректировкой на стихийные бедствия, что позволит каждому хозяйству иметь свою страховую историю. Опять же, здесь нужен комплексный учет всех убытков безотносительно их количества, но исключительно по суммам (тяжести последствий).

Тарифообразование должно быть прозрачным с периодической корректировкой со стороны исполнительной власти. В мировой практике на уровне закона, как правило, устанавливаются лишь базовые подходы к сельскохозяйственному страхованию, а страховые программы с конкретными условиями страхования, ориентированными на потребности сельскохозяйственных товаропроизводителей, государства и страховщиков, утверждаются подзаконными актами. В России целесообразно внедрить именно такой подход.

Единое тарифообразование на рынке сельхозстрахования позволит развивать данное направление и увеличить количество участников. С другой стороны, здесь будет необходим контроль регулятором участников данного рынка в части структуры портфеля. Необходимость подобного контроля связана с тем, что в первое время, пока рынок будет формироваться, возможно появление моностраховщиков, которые будут пытаться «снять сливки» с нового вида страхования.

В настоящий момент страхование воспринимается аграриями скорее как нагрузка к кредиту, т. к., с одной стороны, рассматриваемый отдельно страховой продукт зачастую слишком дорог для них или не в полной мере учитывает специфику их бизнеса и не соответствует

требованиям банков по страхованию залогов; с другой стороны, – невыгоден для страховщиков из-за высоких рисков и расходов на ведение дела. Поэтому сельхозпроизводители, как правило, ограничиваются минимальным покрытием, которое устраивает банк. Дополнительными стимулами для развития системы агрострахования могут стать сближение условий страхования с господдержкой с условиями страхования банковских залогов, а также предоставление льгот по иным видам государственной поддержки аграриев при наличии у них договора сельскохозяйственного страхования.

Мировой опыт страхования в сфере агропромышленного производства показывает, что практически во всех развитых странах сельскохозяйственное страхование осуществляется при активной поддержке и участии государства (Канада, Испания, США, Франции и др.). Помимо административной поддержки «своих» сельхозпроизводителей помощь государства может заключаться в финансовом участии в процессе страхования. Идея агрострахования с господдержкой во всем мире очень простая: государство не хочет оплачивать из бюджета чрезвычайные ситуации, поэтому создается некая конструкция, где ответственность перекладывается на частных страховщиков. Государственных страховщиков в агростраховании в мировой практике очень мало либо они выполняют очень ограниченную функцию. Идея в том, чтобы замотивировать частный бизнес – и страховой, и аграрный – использовать такую конструкцию, в которой эти риски передавались бы в систему страхования. Также поддержка может выражаться в субсидировании государством части страховой премии, уплачиваемой сельскохозяйственными товаропроизводителями, либо в виде его участия в возмещении ущерба, возникшего в результате наступления страховых случаев.

Санкции Евросоюза и США и ответные контрсанкции стали одним из факторов, способствующих развитию сельского хозяйства в России. В то же время сложное финансово-экономическое положение

большой части потенциальных страхователей, относящихся к небольшим фермерским хозяйствам, делает сложным доступ к системе страхования. Важнейшей задачей является разработка и реализация мер, направленных на обеспечение доступности страхования сельскохозяйственных рисков для максимально широкого круга сельскохозяйственных товаропроизводителей.

В 1993 году в России была введена система государственной поддержки на компенсацию части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей при осуществлении страхования урожая сельскохозяйственных культур. В основу действующей модели системы государственной поддержки сельскохозяйственного страхования в России положен принцип финансирования, предусматривающий выделение средств из федерального и регионального бюджетов на компенсацию части затрат по оплате страховой премии сельскохозяйственными товаропроизводителями при заключении договоров страхования.

Для компенсации части затрат на страхование сельскохозяйственным товаропроизводителям за счет бюджетных средств предоставляются субсидии в размере не менее 50 % от уплаченной страховой премии (страховых взносов) по договору страхования.

В целях обеспечения эффективной защиты экономических интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей, а также создания рационального, устойчивого и сбалансированного сельскохозяйственного производства в ряде субъектов Российской Федерации разработаны и приняты законодательные акты о региональных целевых программах развития сельскохозяйственного страхования с государственной поддержкой, которые регламентируют порядок предоставления средств из бюджетов субъектов РФ.

Однако остается нерешенной проблема применения отдельными страховыми компаниями «серых» схем при осуществлении сельскохозяйственного страхования с государственной поддержкой. На рис. 4 видно, что за 2014–2017 гг. размер страховых возмещений, выплаченных

сельскохозяйственным товаропроизводителям, находится на одном уровне – в среднем в пределах 1-1,5 млрд. руб. При

этом данная сумма не коррелирует с объемом начисленной страховой премии [5].

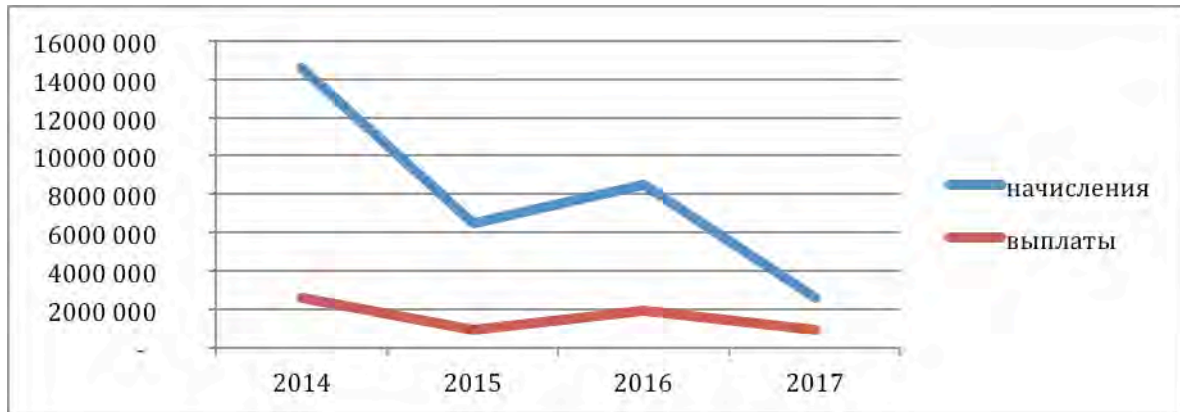


Рис. 4. Сумма страховых премий и выплат по договорам сельскохозяйственного страхования с государственной поддержкой в 2014 / 2017 годах, тыс. руб.

Можно предположить, что убытки в данном виде страхования реально отражают ситуацию на рынке, без влияния на их размер различных схем. Страховщики уже накопили необходимую статистику, чтобы поддерживать соответствующий уровень выплат, оценивая риски болезней животных / растений, погодные условия и т. д.

Если рассматривать количество договоров сельхозстрахования, заключаемых с господдержкой, можно увидеть следующую

тенденцию. Количество договоров снижается, однако не с той динамикой, с которой уменьшаются сборы (рис. 5). Соответственно растет средний чек по договору страхования; можно предположить, что это связано как с макроэкономическими факторами (такими как, например, инфляция), так и с тем, что идет консолидация сельхозпроизводителей, уменьшение количества мелких фермерских хозяйств, которых вытесняют гиганты.

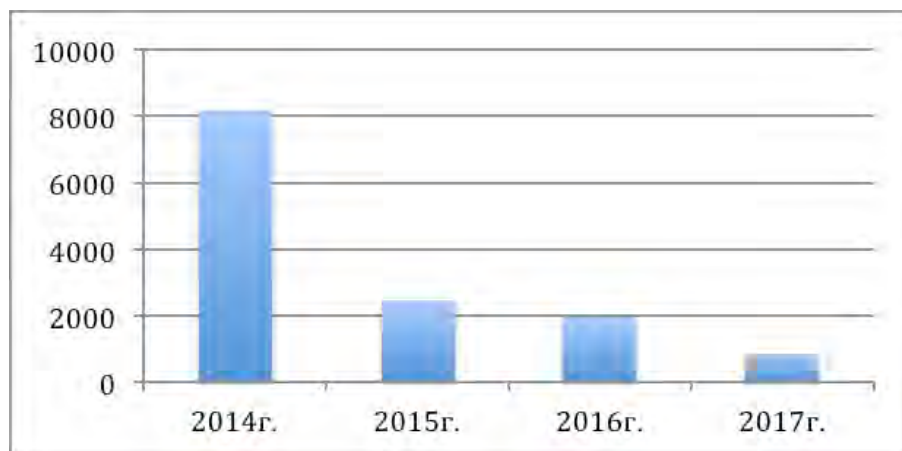


Рис. 5. Количество заключенных договоров сельскохозяйственного страхования с государственной поддержкой в 2014/2017 годах, шт.

Несмотря на работу, проделанную по развитию сельскохозяйственного страхования, осуществляемого с государственной поддержкой, с 2014 по 2017 гг. остался ряд нерешенных вопросов и проблем, тормозящих эффективное использование финансовых ресурсов, выделяемых на поддержку страхования государством и обеспечение финансовой устойчивости сельскохозяйственного страхования:

- высокая стоимость страхования (ряд рисков страховщики в принципе отказываются принимать на страхование) и необходимость оплаты 100 % страховой премии при заключении договора страхования, и, как следствие, повышенная финансовая нагрузка на сельскохозяйственного товаропроизводителя во время проведения сезонных полевых работ. При этом средства в виде субсидий из федерального и региональных бюджетов зачастую возвращаются только через 3-6 месяцев;

- несовершенство системы страховых инструментов для покрытия крупномасштабных убытков и перераспределения

рисков, что приводит к высокой вероятности невыплаты страховых платежей пострадавшим сельхозтоваропроизводителям и банкротствам отдельных страховых компаний в случае возникновения катастрофических убытков (РНПК крайне неохотно принимает на перестрахование сельхозриски);

- отсутствие единой системы независимой оценки ущерба и порядка урегулирования убытков по договорам страхования, обеспеченных государственной поддержкой (необходима система оценки, аналогичная системе в ОСАГО);

- отсутствие понятных для сельскохозяйственных товаропроизводителей единых стандартов страхования и оценки ущерба;

- сохранение практики (хотя доля ее продолжает снижаться) применения различных «серых» схем в целях получения средств государственной поддержки без осуществления реального страхования сельскохозяйственных рисков.

Литература

1. Росстат повысил урожай зерна до 135,4 млн. тонн [Электронный ресурс] // Агроинвестор. 01. 03. 2018. РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://www.agroinvestor.ru/markets/news/29444-rosstat-povysil-urozhay-zerna-do-135-4-mln-t/>. – Загл. с экрана.

2. Емельянов, Д. А. Диверсификация предпринимательских рисков в формате программ государственной поддержки [Текст] / Д. А. Емельянов, Б. П. Касаткин // Труды института бизнес-коммуникаций: науч. изд.; под общ. ред. М.Э. Вильчинской-Бутенко. Санкт-Петербург, 2017. С. 26-30.

3. Чигиринова М. В. Методы расчета суммы резервирования страховой организации [Текст] / М. В. Чигиринова // Труды института бизнес-коммуникаций : науч. изд.; под общ. ред. М.Э. Вильчинской-Бутенко. Санкт-Петербург, 2017. С. 15-22.

4. Национальная ассоциация экспортёров сельскохозяйственной продукции [Электронный ресурс] РЕЖИМ ДОСТУПА: <http://naesp.ru/>. – Загл. с экрана.

5. Россия в цифрах. 2018. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/rusfig/rus18.pdf. – Загл. с экрана.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ В РОССИИ

Статья посвящена вопросам социального обеспечения за рубежом. Рассматривается опыт зарубежных стран в области социального обеспечения и социальной защиты населения. Представлены основные характеристики моделей социального обеспечения европейских стран, а также ключевые нормативно-правовые документы в сфере социального обеспечения. В заключении автор приходит к выводу, что стремление России к международным стандартам социального обеспечения является необходимым направлением ее модернизации.

Ключевые слова: социальное обеспечение, социальные расходы, социальная защита, международные стандарты

Tatiana S. Soloveva

FOREIGN EXPERIENCE OF SOCIAL SECURITY AND PROBLEMS OF ITS IMPLEMENTATION IN RUSSIA

The article deals with the issues of social security abroad. The experience of foreign countries in the field of social security and social protection is considered. The study shows the main characteristics of the social security models in European countries and the key legal documents in the field of social security. Finally, the author comes to the conclusion that Russia's seeking for international standards of social security is a necessary direction of its modernization.

Keywords: social security, social expenditures, social care, international standards

Определение и расчет тех или иных стандартов уровня жизни напрямую связаны с социальной политикой государства, которое должно создать равные стартовые условия для всех граждан, поскольку каждый гражданин имеет право на получение минимальных гарантий для своего существования и развития. Наиболее распространенным способом измерения социальной политики в любом обществе является оценка объемов потраченных на нее средств. Однако это достаточно сложно, поскольку в разных странах способы финансирования социальной политики различны. Важным моментом является то, что, к примеру, Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) определяет как «социальные» те расходы, которые были произведены в результате государственной политики, требующей удовлетворения определенных социальных

потребностей. В некоторых странах (Великобритания, Германия) расходы на здравоохранение в основном осуществляются правительством или фондами социального страхования, непосредственно контролируемые правительством, в то время как в других (Нидерланды, США) население обязано вносить взносы в частные фонды медицинского страхования, которые затем финансируют здравоохранение. Кроме того, различные организации, осуществляющие статистический учет, в понятие «социальные расходы» включают различные виды расходов. К примеру, Мировой Банк и Международная организация труда (МОТ) под ними понимают в основном показатели расходов на социальную защиту. ОЭСР, в свою очередь, трактует их как «предоставление государственными и частными учреждениями пособий и финансовых взносов домашним хозяйствам /

отдельным лицам в целях оказания поддержки при обстоятельствах, отрицательно сказывающихся на их благосостоянии, при

этом предоставление пособий и финансовых взносов не является прямой оплатой какого-либо конкретного товара / услуги» [1].

Т а б л и ц а 1. Уровень расходов на социальное обеспечение в странах мира по данным МОТ, 2000-2015 гг. [2]

Страна	2000	2005	2010	2015	2015 к 2000, %	Страна	2000	2005	2010	2015	2015 к 2000, %
<i>Страны с высоким уровнем дохода</i>						<i>Страны с уровнем дохода ниже среднего</i>					
Франция	27,5	28,7	30,7	31,7	115	Украина	18,1	23,1	27,2	21,7	120
Финляндия	22,6	23,9	27,4	30,6	135	Монголия	8,6	8,7	15,7	14,4	167
Швеция	26,8	27,4	26,3	26,7	100	Египет	8,6	8,4	12,0	11,2	130
Германия	25,4	26,3	25,9	25,0	98	Армения	2,1	2,0	7,1	7,6	362
Япония	16,3	18,2	22,1	23,1	142	Соломоновы острова	4,0	8,1	8,2	6,6	165
США	14,3	15,6	19,3	19,0	133	Ангола	3,1	6,6	4,2	6,0	194
Канада	15,8	16,1	17,5	17,2	109	Индия**	1,6	1,5	2,6 (2011)	2,7 (2014)	169
<i>Страны с уровнем дохода выше среднего</i>						<i>Страны с низким уровнем дохода</i>					
Хорватия	22,8	19,2	20,8	21,7	95	КНДР	4,5	6,1	8,3	10,1	224
Беларусь	16,0	18,5	18,7	19,4	121	Мозамбик	4,5	4,7	5,3	4,5	100
Бразилия**	14,2	15,5	16,4	18,3	129	Либерия	н.д.	н.д.	н.д.	3,3	-
Российская Федерация**	9,4	11,8	16,6	15,6	166	Непал	1,7	1,5	3,1	3,0	177
ЮАР**	6,7	8,6	9,8	10,1	151	Буркина-Фасо	3,5	5,2	5,1	2,7	77
Китай**	4,7	2,7	6,7	6,3	134	Уганда	4,3	4,2	3,5 (2011)	2,2	51
Перу	5,1	5,9	4,9	5,5	108	Малави	н.д.	н.д.	н.д.	1,0	-

*Ранжировано в порядке убывания в соответствующей группе стран.
** Страны БРИКС.

Т. е. ОЭСР «социальные расходы» фактически тоже сводит к расходам на социальную защиту. Рассмотрим расходы на социальное обеспечение в разрезе стран мира в зависимости от уровня доходов, по данным, собранным МОТ² (табл. 1).

Страны с более высоким уровнем дохода, в большинстве своем, имеют более высокий уровень расходов на социальное обеспечение. На первых местах находятся Франция и Финляндия (31,7 % и 30,6 % от ВВП соответственно), другие страны Северной Европы также имеют высокие по-

казатели. Российская Федерация среди стран с уровнем дохода выше среднего со значением расходов в 15,6 % ВВП находится ниже уровня таких стран, как Хорватия (21,7 %), Беларусь (19,4 %), Бразилия (18,3 %). В то же время в Китае значения данного индикатора почти в 2,5 раза ниже, чем в России. Динамика данного показателя в большинстве стран позитивная. В лидерах по данному показателю – Армения, КНДР, Ангола, Непал, Индия, Монголия и Россия.

Эффективность социального обеспечения, по мнению МОТ, возможно измерить на основе показателя, отражающего долю населения, охваченного системой социального обеспечения, включая все ее

² В качестве источников МОТ использовала как свои данные, так и данные Евростата, ОЭСР, Азиатского банка развития, МВФ, ВОЗ, Мирового Банка и др.

уровни. Он охватывает основные составляющие социальной защиты: пособия по уходу за ребенком и материнству; помощь безработным, инвалидам, жертвам производственного травматизма и пожилым людям с целью обеспечения,

по крайней мере, базового уровня во всех основных жизненных ситуациях, определенных в рекомендации МОТ о минимальных уровнях социальной защиты 2012 г. (№202) [2, с. 199].

Т а б л и ц а 2. Эффективность социального обеспечения в странах мира по данным МОТ, последний актуальный год* [2]

Стран	Эффективность социального обеспечения, % охвата населения**	Эффективность социального обеспечения, % охвата населения***	Страна	Эффективность социального обеспечения, % охвата населения**	Эффективность социального обеспечения, % охвата населения***
<i>Страны с высоким уровнем дохода</i>			<i>Страны с уровнем дохода ниже среднего</i>		
Франция	100,0	100,0	Монголия	72,4	35,1
Финляндия	100,0	100,0	Армения	47,3	16,2
Швеция	100,0	100,0	Египет	36,9	н.д.
Германия	99,5	96,0	Индия	19,0	14,0
Канада	99,8	99,0	Ангола	н.д.	н.д.
США	76,1	31,0	Украина	н.д.	н.д.
Япония	75,4	н.д.	Соломоновы острова	н.д.	н.д.
<i>Страны с уровнем дохода выше среднего</i>			<i>Страны с низким уровнем дохода</i>		
Российская Федерация	90,4	54,5	КНДР	65,7	н.д.
Китай	63,0	27,1	Малави	21,3	19,6
Бразилия	59,8	42,0	Мозамбик	10,9	8,1
ЮАР	48,0	35,6	Буркина-Фасо	7,5	3,6
Хорватия	н.д.	н.д.	Уганда	2,9	0,6
Беларусь	н.д.	н.д.	Либерия	н.д.	н.д.
Перу	н.д.	н.д.	Непал	н.д.	н.д.
*Ранжировано в порядке убывания в соответствующей группе стран.					
** Доля от общей численности населения, получающего льготы, по крайней мере, по одному виду социального обеспечения.					
*** Доля социально уязвимых граждан, получающих пособия: отношение получателей социальной помощи к общему числу социально уязвимых граждан.					

Как видно из данных табл. 2, в основном в странах с высоким уровнем дохода эффективность социального обеспечения выше, чем в странах с более низкими доходами. В то же время охват населения социальным обеспечением в России выше, чем в США и Японии, а значения показателя в некоторых странах с низким уровнем доходов оказываются выше, чем в странах с более высокими доходами (к примеру, Монголия, КНДР).

Региональные различия также высоки: страны Европы и развитые страны Азии и Америки демонстрируют более вы-

сокий уровень эффективности социального обеспечения в целом, в то время как в большинстве стран Африки социальным обеспечением охвачено менее чем 30 % населения. Такое значительное неравенство отражает глобальную закономерность, сформулированную выше: более высокие уровни охвата социальным обеспечением обычно отмечаются в странах с более высоким уровнем социально-экономического развития. Недостаточный объем инвестиций в социальную защиту представляет собой значительный барьер на

пути инклюзивного роста и устойчивого развития.

Кроме того, если сравнить данные *табл. 1* и *2*, то можно прийти к выводу, что более низкий уровень расходов на социальное обеспечение может обеспечивать более широкий охват населения. В частности, в Монголии при расходах на социальное обеспечение в 14 % ВВП, те или иные виды поддержки получают 72 % населения.

Системы социального обеспечения стран мира имеют различную структуру и особенности. Только в одной Европе выделяют пять условных моделей: континен-

тальная (Бисмаркская), англосаксонская, скандинавская, средиземноморская (Южноевропейская) и Центрально- / Восточноевропейская [3]. Все они имеют общие характеристики, такие как: ориентация на социальную защиту и традиционные потребности, большая роль пассивных трансфертов, остаточные механизмы социальной защиты и т. д. В то же время они различаются по ряду составляющих, производительности в контексте эффективности справедливости [4]. Основные характеристики данных пяти моделей представлены в *табл. 3*.

Т а б л и ц а 3. Основные характеристики моделей социального обеспечения Европы [3]

Модель / характеристика	Скандинавская	Англосаксонская	Континентальная (Бисмарковская)	Средиземноморская (Южноевропейская)	Центрально-Восточноевропейская
Расходы на социальную поддержку	Высокие	Высокие, налогоплательщики просят снижения налоговой нагрузки	Высокие	Высокие	Низкие – Страны Балтии; Умеренные – Болгария, Румыния, Словакия; страны Вышеградской группы (Польша, Чехия, Словакия, Венгрия), Словения
Занятость	Высокая, стимулируется правительством	Высокая	Высокая, широкое распространение частичной занятости	Низкая, большинство женщин не работают	Низкая
Основной источник финансирования	Правительство и местные органы власти; перераспределение налогов	Правительство, перераспределение налогов – для безработных, социальное страхование – для занятых людей	Рынок; социальное страхование	Рынок; местные органы власти; поддержка семьи; самообеспечение	Правительство; перераспределение налогов; поддержка семьи; самообеспечение
Уровень бедности	Низкий	Умеренный	Умеренный	Высокий	Высокий
Перераспределение	Высокое	Высокое	Умеренное	Низкое	Высокое
Негосударственное предоставление социальной поддержки	Да	Да	Да	Да	Да

Что касается общей структуры расходов, то в европейских странах (за ис-

ключением Нидерландов, Великобритании и Швейцарии) государственные затраты

составляют порядка 90 %, в то время как в США частные расходы занимают более 30 % общего объема расходов. При этом в Европе более половины расходов на социальную защиту идут на здравоохранение и пенсионное обеспечение. В государствах Северной Европы социальная поддержка распределяется более равномерно между различными категориями населения, главным образом потому, что социальные расходы в данных странах составляют более значительную долю ВВП. Необходимо отметить, что данные о социальном обеспечении в рамках учета, к примеру, ОЭСР, не включают расходы на образование, т. к. этот вид расходов рассматривается ими как форма инвестиций, а не как форма поддержки населения «при обстоятельствах, отрицательно сказывающихся на их благосостоянии».

Некоторые страны, в том числе США, имеют несколько ограниченную систему социальной защиты, представляющую собой «всего лишь средство предотвращения голода среди граждан» и не предназначенную для того, «чтобы позволить им жить достойно или дать им возможность быть более самообеспеченными» [5]. Государственную поддержку получают, в частности, пожилые люди и лица с низкими доходами:

- ежемесячные социальные пособия;
- бесплатная медицинская помощь;
- продовольственные купоны для покупки продуктов в любом магазине;
- бесплатное питание для школьников;
- перераспределение избытков продовольствия среди бедных семей.

Средний класс больше полагается на собственные ресурсы, начиная от получения образования и заканчивая получением пенсий. Главное отличие системы социального обеспечения США от европейских систем – более широкая представленность частной составляющей. Т. е. государственные услуги предоставляются по остаточному принципу. Социальное страхование не является обязательным и не направлено на все категории населения.

В Рекомендациях по минимальному уровню социальной защиты МОТ № 202

минимальные уровни социальной защиты стран должны включать, как минимум, следующие основные социальные гарантии:

а) доступ к национально установленным видам товаров и услуг, составляющим важнейшие медицинские услуги, в том числе по охране материнства, соответствующие критериям наличия, доступности, приемлемости и качества;

б) основные гарантированные доходы на детей, не ниже национально установленного минимального уровня, позволяющие обеспечить доступ к питанию, образованию, уходу и любым другим необходимым товарам и услугам;

в) основные гарантированные доходы, не ниже национально установленного минимального уровня, для лиц экономически активного возраста, не способных получать достаточный доход, в частности, в результате болезни, безработицы, беременности и родов и утраты трудоспособности;

г) основные гарантированные доходы, не ниже национально установленного минимального уровня, для лиц пожилого возраста [6]. Помимо этого отмечается, что при установлении минимальных уровней социальной защиты страны должны учитывать профилактические, стимулирующие и активные меры, пособия и льготы и социальные услуги.

Совет Европы также разработал правовые инструменты для определения общих европейских стандартов социального обеспечения. В дополнение к Европейской Социальной Хартии был предложен Европейский Кодекс Социального Обеспечения, направленный на поощрение развития социального обеспечения во всех государствах-членах Совета Европы для постепенного достижения ими максимально возможного уровня. Кодекс устанавливает ряд стандартов, которые страны обязуются включить в свои системы социального обеспечения. Среди них: минимальные нормы социального обеспечения в таких областях, как медицинское обслуживание; пособия по болезни, безработице и старости; льготы при трудовом травматизме; пособия на детей, пособия по беременно-

сти и родам, пособия по инвалидности, по случаю потери кормильца и т. д. [7]. К примеру, в области медицинских услуг охватываемые Кодексом непредвиденные обстоятельства включают любое болезненное состояние, независимо от его причины, а также беременность, роды и их последствия. Удельный вес лиц, имеющих право на предоставление такого рода услуг, должен составлять не менее 50 % занятых, включая их семьи, либо экономически активное население, составляющее не менее 20 % от всего населения. Кроме того, сюда входят ситуации нетрудоспособности, обусловленные болезненным состоянием и связанные с временной потерей заработка [8].

МОТ также была разработана двумерная стратегия по расширению охвата социального обеспечения, включающая работу по созданию и обеспечению минимального уровня социального обеспече-

ния, а также реализацию стратегии расширения охвата населения системами соцобеспечения в соответствии с нормами МОТ (рис. 1). Что касается борьбы с нищетой и социальным отчуждением в рамках Европейского союза, то установление минимальных стандартов социальной защиты является одним из способов решения этих проблем. При этом под социальным стандартом чаще всего понимается «свод общих правил и / или законов, в соответствии с которыми государственные органы обеспечивают уважение человеческого достоинства и основных социальных прав посредством гарантирования надлежащего уровня ресурсов и услуг для всех» [9]. В то же время компетенции ЕС в социальной сфере, особенно в области социальной защиты, ограничены, и основным уровнем, на котором устанавливаются стандарты, является уровень стран.



Рис. 1. Двумерная стратегия МОТ по расширению охвата социальным обеспечением [10, с. 3]

Тем не менее, единого минимального пакета социальных услуг за рубежом не предлагается. Разрабатываются отдельные пакеты для различных категорий населения (дети, пенсионеры, инвалиды и др.)

или категорий услуг (здравоохранения, образования и др.). Например, разработанный *UNICEF* для Румынии минимальный пакет социальных услуг включает оказываемые на уровне общин услуги в области

здравоохранения, социальной защиты и образования [11]. Он является универсальным, поскольку каждая семья может получить к нему доступ, но в основном направлен на наиболее уязвимые категории населения – детей и их семьи. При этом данный пакет имеет сильную превентивную составляющую. Реализация минимального пакета услуг требует присутствия в каждой общине, по крайней мере, социального работника, медсестры и школьного консультанта, которые помогают уязвимым категориям населения (детям и их семьям) оценивать собственные потребности и оказывают им индивидуальную поддержку. Эти специалисты тесно сотрудничают с местными органами власти, НКО и др.

Что касается российской действительности, то проблемы социального обеспечения являются актуальной научной и управленческой повесткой дня. Регулярно ведутся дискуссии относительно стандартов социального обеспечения и предоставления социальных услуг, адресности мер социальной поддержки, финансовых аспектов и др. Тем не менее, возможности реализации зарубежного опыта социального обеспечения в России во многом сдерживаются существующей экономической ситуацией и нормативно-правовой базой. Так, из всех конвенций МОТ Россией ратифицированы только две: № 103 «Об охране материнства» 1952 г. и № 159 «О профессиональной реабилитации и занятости инвалидов» 1983 г. Остальные документы действуют не в полной мере, поскольку для соблюдения всех международных стандартов необходимы значительные объемы финансовых средств. С другой стороны, даже некоторые аналогичные инструменты, работающие как в России, так и за рубежом, выполняют различные функции. К примеру, потребительская корзина России существенно отличается от развитых стран мира по ее составу и размеру. Если в РФ продовольственные товары составляют около 50 % стоимости корзины, то, к примеру, в странах Западной Европы на их долю приходится порядка 20 %. Если сравнить состав потребительских корзин России, Англии и Италии

[12; 13; 14], можно заключить, что в России состав потребительской корзины значительно менее разнообразен, чем в странах Европы. Потребительские корзины Италии и Англии практически идентичны. В отличие от российского аналога, в них входят, например, образовательные и медицинские услуги; услуги парикмахерских, салонов красоты и ресторанов; такси; услуги нянь; косметические средства и ювелирные изделия; алкогольные и безалкогольные напитки; товары и еда для домашних животных. Таким образом, за рубежом характеристики потребительской корзины соответствуют показателям нормального уровня жизни, в то время как в России – индикаторам выживания. Кроме того, различаются и функции потребительских корзин: в Евросоюзе на ее основе оцениваются качественные и количественные показатели потребления, а в России – устанавливается прожиточный минимум, в свою очередь, на базе которого определяются размеры различных социальных выплат. Отличается и информационная база и методика сбора данных для расчета корзин. В России стоимостные оценки товаров и услуг потребительской корзины производятся в результате обработки статданных Росстата. При этом состав потребительской корзины и размер прожиточного минимума устанавливается органами власти, которые впоследствии используют эти показатели для определения направлений и оценки эффективности государственной политики [15, с. 157]. В Европе, кроме официальных данных о доходах и расходах населения, сбор данных о ценах осуществляется коллекторами (сборщиками цен) в различных торговых точках, а также на основе дневников расходов некоторых семей, которые ведутся на добровольной основе в течение продолжительного времени.

Тем не менее, определенные шаги по заимствованию международного опыта предпринимаются. Например, в 2018 году вводится в постоянную эксплуатацию Единая государственная информационная система социального обеспечения [16], которая дает возможность получать актуальную информацию о мерах социальной

поддержки и сведения, необходимые органам власти для предоставления соответствующих мер. Мировая практика показывает, что интеграция информации о получателях социальной поддержки, а также формах и способах ее получения является достаточно успешной и приносит ощути-

мую пользу как для граждан, так и для органов власти. В то же время существует необходимость дальнейшей модернизации системы социального обеспечения России в направлении ее соответствия международным стандартам и нормативам.

Литература

1. Social Expenditure. An Interpretative Guide to the OECD Social Expenditure Database (SOCX). [Электронный ресурс]. – РЕЖИМ ДОСТУПА: <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=2485> – Загл. с экрана.
2. World Social Protection Report 2017–19: Universal social protection to achieve the Sustainable Development Goals. International Labour Office [Текст]. Geneva: ILO, 2017. P. 199.
3. Social welfare systems across Europe. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.easpd.eu/sites/default/files/sites/default/files/SensAge/d4-social_welfare_systems_across_europe.pdf – Загл. с экрана.
4. *Ferrera, M.* From Protection to Investment? New Frontiers for the European Social Model(s) / М. Ferrera // 6th EU-India Joint Seminar on Employment and Social Policy. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=88&langId=en&eventsId=853&moreDocuments=yes&tableName=events&typeId=92> – Загл. с экрана.
5. *Stiglitz, J. E.* The welfare state in the twenty-first century / J. E. Stiglitz. Roosevelt Institute, 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rooseveltinstitute.org/welfare-state-twenty-first-century/>. – Загл. с экрана.
6. R202 - Social Protection Floors Recommendation, 2012 (№202). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:R202 – Загл. с экрана.
7. Treaties related to social security. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.coe.int/en/web/turin-european-social-charter/treaties1> – Загл. с экрана.
8. European Code of Social Security // European Treaty Series № 48. Strasbourg, 1964 (ed. 2012). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=090000168006b65e>. – Загл. с экрана.
9. *Casas, R. P.* Setting minimum social standards at EU level: Main Issues / R. P. Casas // Working paper 1. 2005. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.eapn.ie/pdfs/155_paper%201%20-%20Issues%20for%20Social%20Standards%20and%20social%20rights.fin.pdf. – Загл. с экрана.
10. The strategy of the International Labour Organization. Social security for all: building social protection floors and comprehensive social security systems. International Labour Office, Social Security Department [Текст]. Geneva: ILO, 2012. P. 3.
11. Minimum Package of Services. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.unicef.org/romania/Minimum_package_of_services_leaflet.pdf. – Загл. с экрана.
12. О потребительской корзине в целом по Российской Федерации: федеральный закон №227-ФЗ от 03. 12. 2012. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_138547/. – Загл. с экрана.
13. Consumer price inflation basket of goods and services: 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <file:///C:/Users/tss/Downloads/Consumer%20price%20inflation%20basket%20of%20goods%20and%20services%202017.pdf>. – Загл. с экрана.
14. Italian HICP 2018 basket of goods and services. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.istat.it/it/files//2018/02/HICP_BASKET_2018.zip. – Загл. с экрана.

15. *Корнекова, С. Ю.* Потребительские корзины европейских стран: значение и подходы к формированию [Текст] / С. Ю. Корнекова, Л. М. Хамчиева // Вестник Тверского государственного университета. Серия: География и геоэкология. 2016. № 2. С. 156-160.

16. Единая государственная информационная система социального обеспечения (ЕГИССО) [Электронный ресурс] // Пенсионный фонд Российской Федерации. Режим доступа: <http://www.pfrf.ru/knopki/egisso/>. – Загл. с экрана.

УДК 651.012+005+658

Е. П. Третьякова

ТЕХНОЛОГИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ: МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД

В статье представлена разработка универсального методического подхода к формированию технологий управления, основанная на систематизации материалов научной литературы. Установлены признаки технологий управления, выделены элементы технологизации управления (принципы технологизации, компоненты технологий, способы их формализации и достижения комплементарности), установлен набор необходимых и достаточных условий комплементарности компонентов технологий управления.

Ключевые слова: формализация, технология управления, технологизация управления, комплементарность

Elena P. Tretiakova

TECHNOLOGIZATION OF MANAGEMENT: METHODOLOGICAL APPROACH

The article discusses a universal methodical approach to developing technologies of management, based on literature systematization. It describes features of management technologies, elements of technologization of management (principles of technologization, components of technologies, modes of their formalization and complementarity achievement), a set of necessary and sufficient conditions of complementarity of components of management technologies.

Keywords: formalization, management technology, technologization of management, complementarity

Современная экономическая реальность складывается под действием глобализации и всеобщей информатизации, поэтому обладает рядом принципиально новых особенностей, формирующих неопределенность деловой среды различных организаций. Это существенно повышает риски хозяйственной деятельности, а, следовательно, усложняет принятие управленческих решений и повышает их стоимость. В условиях неопределенности особую актуальность приобретает формализация управления. Согласно литературе [1; 2; 3], наиболее эффективный способ формализации управления – технологизация, которая повышает надежность получения желательного результата при сокращении затрат. Несмотря на широкое использование понятия «технология управления» в научной литературе и практике бизнеса, для практического применения представления о принципах и способах технологизации управления разработаны недостаточно. Главной причиной, по мнению ав-

тора, является сложность, многообразие и вариативность управленческой деятельности, что, безусловно, затрудняет создание унифицированного управленческого инструментария. Вместе с тем, разработка универсального методического подхода к технологизации управления возможна, поскольку любая технология управления направлена на обработку информации, в отличие от производственных технологий, которые направлены на обработку материалов и других объектов, обладающих многообразием свойств, размеров, структуры.

Для разработки методического подхода к технологизации управления автором систематизированы материалы научных изданий и выявлена эволюция представлений о сущности технологий управления. Первоначальное представление о технологии управления как процедуре, алгоритме действий [4; 5], аналогичном работе механизма, последовательно менялось в соответствии с развитием концеп-

ций управления. В настоящее время технологию управления рассматривают как способность организации к определенной деятельности [6; 7]. Эту позицию разделяет и автор представляемой работы [8]. При этом следует отметить, что некоторые современные исследователи продолжают поддерживать исходное представление о сущности технологий управления [9].

Опираясь на положения современных теорий управления [6; 7], *технологией управления* автор называет совокупность основанных на знаниях комплементарных способов и инструментов управленческой деятельности, организованных в определенной последовательности и формализованных в специфических правилах и документах. Соответственно, *технологизацией управления* названа формализация методов, инструментов и процессов управления объектами посредством специфических принципов и правил, обеспечивающих надежность и экономичность управления. Используя эти определения, можно выделить элементы технологизации управле-

ния: принципы технологизации, компоненты технологий, способы их формализации и достижения комплементарности.

Для разработки принципов технологизации управления и определения компонентов технологий проведен анализ литературных источников [1; 2; 4; 5; 10; 11; 12; 13]. В результате установлены признаки технологий управления: целевая направленность; расчленение трудового процесса на фазы, этапы, стадии, процедуры; специализация труда; синхронизация фаз, этапов, процедур; стандартизация результата; применение унифицированного инструментария; поэтапный контроль; отлаженность и однозначность способов организации деятельности; регламентация и координация действий участников во времени и пространстве; привязка управленческих процедур к календарным срокам; цикличность; разный уровень регламентации рутинных и творческих процедур; уникальность; обезличенность; адаптация методов управления к условиям организации.

Т а б л и ц а 1. Принципы технологизации управления

Принцип технологизации управления	Сущность принципа
Принцип целенаправленности	Формализуемый процесс должен протекать в направлении, заданном целью процесса
Принцип цикличности	Технологизации подлежат только регулярные управленческие процессы
Принцип временной структуризации	Формализуемый процесс должен быть структурирован путем выделения фаз, этапов и стадий
Принцип синхронизации	При технологизации следует установить временное соответствие между фазами, этапами, стадиями процесса
Принцип специализации	Необходимо применение специализированных методов, инструментов, специализация участников процесса
Принцип комплементарности	Применяемые методы и инструменты управления должны быть взаимодополняющими
Принцип отлаженности	Формализуемый процесс должен выполняться с помощью отработанных методов, приемов и инструментов
Принцип регламентации	Правила выполнения формализуемого процесса должны быть четко определены и зафиксированы в документах
Принцип дифференциации	Подлежащие технологизации рутинные и творческие процессы должны иметь разный уровень регламентации
Принцип обезличенности	Способы и инструменты формализации процесса должны обеспечивать обезличенность их использования, при этом обеспечивать получение результата установленного качества
Принцип специфичности	Технологию управления следует формировать с учетом ключевых ценностей и особенностей организации
Принцип контроля	Требуется поэтапно контролировать формализуемый процесс на основе установленных промежуточных и окончательных результатов с помощью формализованной процедуры

Совокупность указанных приемов технологизации позволяет унифицировать процесс управления, стандартизировать результат, рационализировать контроль, своевременно выявлять и устранять откло-

нения. На базе установленных приемов технологизации выведены принципы технологизации управления (табл. 1). Схема формирования принципов и компонентов технологий управления приведена на рис. 1.

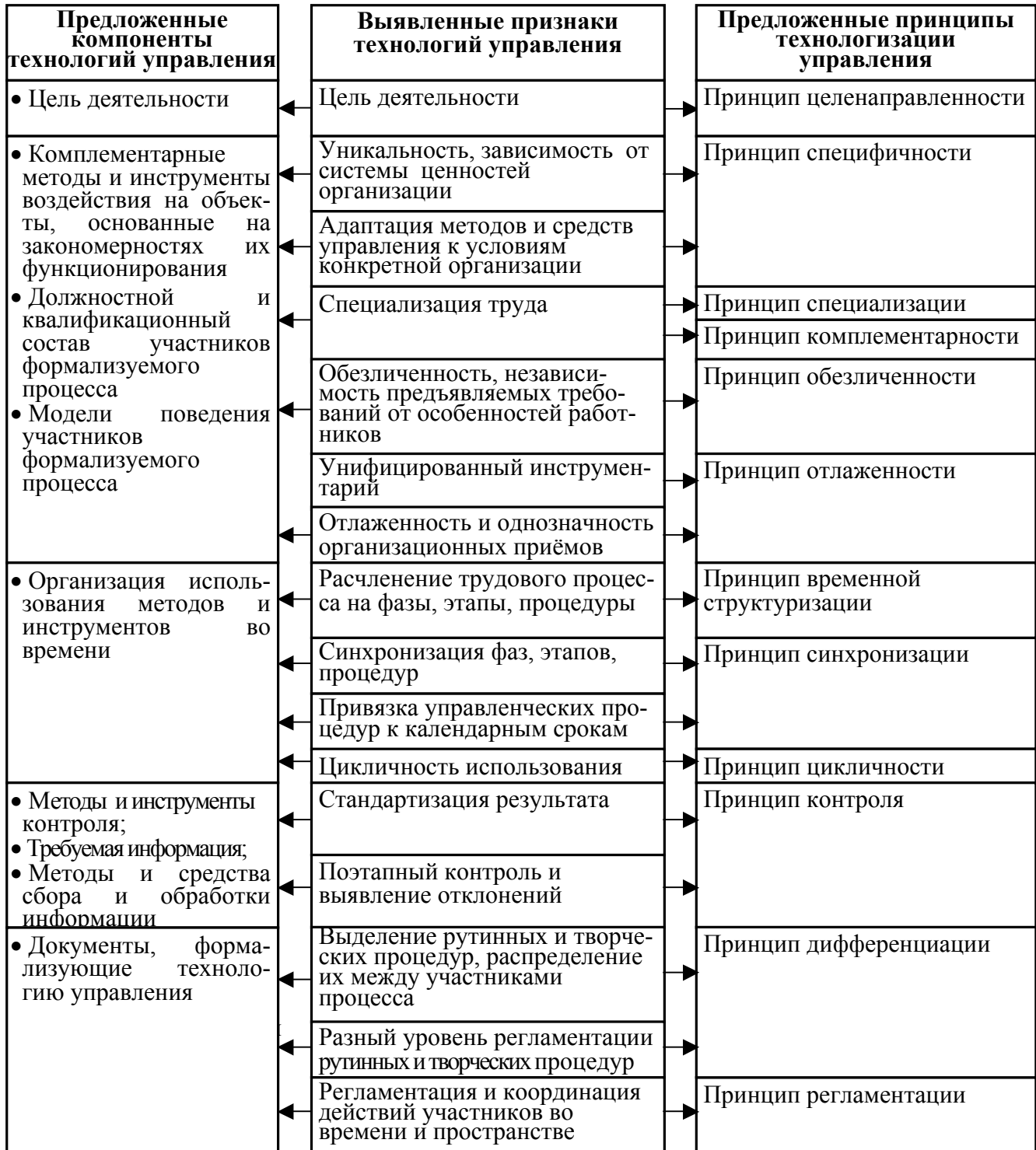


Рис. 1. Формирование компонентов технологий управления и принципов технологизации управления

Формализация включает создание процедур, правил, инструкций, контрактов и других документов, а также процедур принятия решений и обработки информации. Возрастание неопределенности деловой среды требует дифференциации способов формализации организуемых процессов. Для этого автором предложено использовать разработанное Р. Е. Майлзом и коллегами деление процессов на операционные, инвестиционные и адаптационные [14]. Операционные процессы направлены на соблюдение определенного порядка действий, относящихся к стандартным методам работы, следовательно, носят установившийся регулярный характер. Поэтому формализацию этих процессов предложено проводить жесткими методами, в числе которых – разработка документированных процедур, регламентов, норм, стандартов. Инвестиционные направлены на пополнение, расширение, использование активов для диверсификации деятельности организации, а адаптационные процессы – на перегруппировку активов, установление связей с партнерами, создание организационных способностей. Таким образом, инвестиционные и адаптационные процессы носят переходный нерегулярный характер, поэтому для их формализации предложены мягкие способы: вариативность процедур, вариативность их порядка, интервальное определение сроков получения результата, вариативность результата и др.

Важнейшим аспектом технологизации является комплементарность, взаимодополняемость компонентов технологии управления. Комплементарность в менеджменте рассматривается как соответствие экономических объектов друг другу по некоторым количественным параметрам и качественным характеристикам, обеспечивающее устойчивость, специфичность и экономичность их комбинации [15]. Иными словами, комплементарность означает взаимодополняемость объектов на базе их соответствия. На основе такого понимания автором выделены следующие виды комплементарности объектов по способу возникновения: функциональная, предметная, характеристическая. Функ-

циональной комплементарностью названо соответствие функций экономических объектов, позволяющее реализовать назначение их комбинации. *Предметной* комплементарностью названо наличие предмета, связывающего интересы разных сторон (объектов). *Характеристической* комплементарностью названо специфическое соответствие объектов по некоторым характеристикам, таким как форма, уровень гибкости, сложность и др.

Технологии управления создаются путем методического подбора и комбинирования действий, методов и инструментов воздействия на объект управления. На базе предметной комплементарности, основу которой составляет цель процесса, формируется система контроля, определяются требования к управленческой информации, методы и средства ее сбора и обработки, определяются сроки выполнения действий и состав отражающих технологию документов. На основе функциональной комплементарности подбираются методы и инструменты управления. На основе характеристической комплементарности формируется квалификационный и должностной состав участников, а также определяются и регламентируются модели поведения исполнителей.

Согласно авторскому определению, технология управления представляет собой единство методов, инструментов управленческого воздействия и документированного описания процесса управления. В связи с этим автором предложено оформлять технологии управления в виде комплекта документов в составе графической части, пояснительной записки, соответствующих организационных, инструктивных, информационно-справочных и отчетных документов. Графическая часть должна отражать процесс преобразования входов в продукты организации под влиянием методов и инструментов управления. Пояснительная записка должна содержать характеристику компонентов технологии управления и комментариев к графической части. Организационные документы должны содержать распределение функций и ответственности между участниками формализуемого процесса, инструктивные

документы в форме методик – конкретизировать действия участников процесса. Для выполнения графической части в настоящее время разработано несколько стандартных методик. По мнению автора, наиболее подходящей для решения поставленной задачи является методология структурного анализа и проектирования (*SADT*), которая сводится к созданию набора иерархически упорядоченных функциональных диаграмм и спецификаций, образующих в совокупности *SADT*-модель технологии [16; 17].

Предложенный состав компонентов технологий управления, предложенные способы их формализации и достижения

комплементарности создают набор необходимых и достаточных условий для получения устойчивых результатов технологизации.

Таким образом, разработанный автором методический подход к технологизации управления, в отличие от существующих в литературе достаточно размытых представлений, отражает современный обоснованный взгляд на сущность технологизации управления и позволяет обеспечить единство методов, инструментов и процессов управления экономическими объектами в соответствии с целью управленческой деятельности.

Литература

1. *Пригожин, А. И.* Методы развития организаций [Текст] / А. И. Пригожин. М.: МЦФЭР, 2003. 864 с.
2. *Рапопорт, В. Ш.* Диагностика управления: (Практический опыт и рекомендации) [Текст] / В. Ш. Рапопорт. М.: Экономика, 1988. 127 с.
3. Системы технологий: учеб. пособие [Текст] / под ред. П. Д. Дудко. Харьков: Бурун Книга, 2003. 336 с.
4. *Екатеринославский, Ю. Ю.* Организация процессов управления производством [Текст] / Ю. Ю. Екатеринославский. М.: Экономика, 1982. 183 с.
5. *Комаров, В. Ф.* Управленческие имитационные игры [Текст] / В. Ф. Комаров. Новосибирск: Наука. Сиб. отделение, 1989. 272 с.
6. *Грант, Р. М.* Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии [Текст] / Р. М. Грант // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2003. Сер. 8. Вып. 3. С. 47-75.
7. *Тис, Д. Дж.* Динамические способности фирмы и стратегическое управление [Текст] / Д. Дж. Тис, Г. Пизано, Э. Шуен // Вестник СПбГУ. 2003. сер. 8. вып. 4. С. 133-183.
8. *Третьякова, Е. П.* Генезис представлений о сущности технологий управления [Текст] / Е. П. Третьякова // Современные исследования социальных проблем. 2012. № 4. С. 18.
9. *Герасимов, Б. Н.* Технологизация управления: обзор научной литературы и авторский взгляд [Текст] / Б.Н. Герасимов // Современные технологии управления. 2017. № 2 (74). С. 18-29.
10. *Братимов, О. В.* Практика глобализации: игры и правила новой эпохи [Текст] / О. В. Братимов, Ю. М. Горский, М. Г. Делягин, А. А. Коваленко. М.: ИНФРА-М, 2000. 344 с.
11. *Винокуров, В. А.* Качество менеджмента – основа современной управленческой парадигмы [Текст] / В. А. Винокуров // Менеджмент в России и за рубежом. 2006. № 6. С. 9-19.
12. *Пирогов, В. И.* Технологизация – путь совершенствования управления предприятием [Текст] / В. И. Пирогов, С. К. Завьялов, Г. Р. Мукушев // ЭКО. 2008. № 7. С. 3-17.
13. *Смирнов, Э. А.* Управленческие технологии как объект функционального аудита [Текст] / Э. А. Смирнов // Менеджмент в России и за рубежом. 1998. № 5. С. 95-104.
14. *Miles, R. E.* Network organizations: New concepts for new forms [Текст] / R. E. Miles, C. C. Snow // California Management Review. 1986. Vol. 28. № 2. P. 62-73.
15. *Лопатников, Л. И.* Экономико-математический словарь: словарь современной экономической науки [Текст] / Л. И. Лопатников; под ред. Г. Б. Клейнера. М.: Дело, 2003. 519 с.

16. Методология функционального моделирования IDEF0: руководящий документ. [Текст]. М.: ИПК Издательство стандартов, 2000. 62 с.
17. *Марка, Д. А.* Методология структурного анализа и проектирования SADT [Текст] / Дэвид А. Марка, Клемент МакГоуэн. М.: Метатехнология, 1993. 243 с.

ПЕДАГОГИКА И ОБРАЗОВАНИЕ

УДК 378.046.4

Л. В. Аверина

НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В СФЕРЕ ЗАКУПОК

В статье рассматриваются научно-образовательные проблемы, возникающие при реализации программ дополнительного профессионального образования (далее – ДПО) в сфере закупок. Предлагаются методические подходы, применяемые в преподавательской деятельности автора на базе Федеральной инновационной площадки в сфере закупок ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет» с 2014 года по настоящее время. Выдвигается гипотеза о том, что применение данных методов позволяет повысить эффективность реализации программ ДПО в контрактной системе.

Ключевые слова: контрактная система, закупки, дополнительное образование, система квалификаций, профессиональные стандарты.

Lyudmila V. Averina

ACADEMIC PROBLEMS IN PROCUREMENT

The article deals with academic issues in vocational education programs (CPE) in the sphere of procurement held by Samara State University of economics on the Federal Innovative Platform in procurement basis according to the author's survey since 2014 until nowadays. Hypothesis is that implementation methodical approaches suggested by the author, would lead to the efficiency growth of educational process in procurement.

Keywords: contract system, procurement, education, training, qualification system, professional standards.

В настоящее время мы наблюдаем значительную активизацию деятельности в сфере продвижения национальных систем независимой оценки квалификаций. Только за 2017 год Национальное Агентство развития квалификаций (НАРК) утвердило 1087 профессиональных стандартов, 655 квалификаций, 447 федеральных государственных образовательных стандартов; было создано 30 Советов по профессиональным квалификациям, 194 центра оценки квалификации и 260 экзаменационных центра, в которых 8962 специалиста получили свидетельства о квалификации. Вместе с тем, многое еще предстоит

сделать, особенно в процедурах сопряжения профессиональных и федеральных государственных образовательных стандартов. Во многом это актуально и для контрактной системы РФ и подготовки контрактных управляющих (работников контрактной службы) для осуществления профессиональной деятельности в сфере закупок в рамках этой системы.

Задачей национальной системы квалификаций является регулирование спроса на квалификации работников на рынке труда и регулирование предложения квалификаций со стороны системы профессионального образования [1]. В связи с

этим построение программ ДПО в контрактной системе должно происходить с учетом квалификационных требований к работникам контрактной службы (контрактным управляющим) и быть, прежде всего, практико-ориентированным.

Именно поэтому автором в процессе реализации программ ДПО в сфере закупок с 2014 года применяется интеграционный подход, позволяющий в полной мере реализовать проектную и компетентностную ориентированность программ ДПО путем различных форм взаимодействия государства, работодателей и учебных учреждений [2, с. 266]. Данный подход характерен для приобретающего все большую популярность дуального обучения в различных сферах экономической деятельности и, как показывает практика, эффективен.

Интеграционный подход при подготовке контрактных управляющих, внедренный автором на базе Центра делового образования ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», включает в себя применение как принципов системно-деятельностного подхода, проектных методик, так и систему мониторинга образовательного процесса с последующей его корректировкой с учетом темпа освоения компетенций обучающимися.

Темп формирования компетентности – понятие, которому в настоящее время уделяется значительное внимание в научных педагогических трудах [3, с. 76]. Как верно отмечает Л. В. Львов, скорость формирования компетентности зависит от таких факторов, как темп усвоения знаний; темп формирования навыков и трудовых умений; темп формирования компетенций [6, с. 40]. Темп формирования компетентности определяется Л. В. Львовым как сумма темпов присвоения компетенций и профессионально значимых качеств, а возможность его [темпа] прогнозирования является эффективным инструментом педагогического управления. Именно поэтому данная концепция была положена автором статьи в основу мониторинга образова-

тельного процесса при применении интеграционного подхода.

В связи с изложенным, рассмотрим процесс формирования компетенций контрактных управляющих через структуру элементов профессиональной компетентности (кластеров компетенций), характерных для работников контрактной службы:

1) Работа с информацией: сбор и анализ данных (например, в целях составления планов-графиков, обоснования закупок), подготовка документации по торгам, принятие решений, в том числе согласование финансовых ресурсов и инструментов;

2) Распоряжение бюджетными средствами: осуществление процедур закупок;

3) Достижение результатов: проверка качества представленных товаров, работ, услуг, контроль и управление процессом закупок, мониторинг и аудит в сфере закупок;

4) Работа с людьми: проведение аттестации и контроль повышения профессионального уровня работников, подготовка разъяснений для контрагентов по государственному или муниципальному контракту, взаимодействие с участниками закупочных процедур.

Проведенный в 2014-2016 годах опрос слушателей курсов повышения квалификации по программе «Контрактная система в сфере закупок товаров, работ и услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», осуществленный на базе Центра делового образования – федеральной инновационной площадки ФГБОУ ВО «СГЭУ» – показал, что наиболее важными для контрактного управляющего являются навыки оценки заявок участников закупок, умение вести договорную работу (по исполнению контрактов), владение информационными технологиями [4].

По каждому из ключевых навыков, выявленных по итогам опроса, осуществлялся дальнейший мониторинг темпа формирования компетентности с применением ИТ-технологий (в частности, образовательной платформы *Moodle*, успешно применяемой на базе ФГБОУ ВО СГЭУ), что позволяет управлять процессом обучения с

применением индивидуально-ориентированного подхода. Кроме того, мониторинг темпа формирования компетентности может служить одним из составляющих элементов мониторинга качества образовательной услуги. Следовательно, внедрение методики преподавания с учетом интегративного подхода требует владения знаниями и умениями в сфере ИТ-технологий как от преподавателя, так и от обучающегося, а также, что немаловажно, наличия необходимых для этого ресурсов и технических возможностей у самого образовательного учреждения, осуществляющего реализацию программы ДПО.

Оценка эффективности реализации программ ДПО в сфере закупок производится на основе:

- мониторинга успеваемости обучающихся – контрактных управляющих, работников контрактных служб;
- данных анкетирования по степени удовлетворенности результатами обучения,
- на основе системы «обратной связи» на постпрограммном этапе [3].

Кроме того, следует выделить дифференцированный и практико-ориентированный подходы, как показавшие хорошие результаты при апробации в процессе освоения знаний и умений слушателями курсов ДПО. Следует отметить, что применение дифференцированного подхода представляется наиболее эффективным только после проведения мониторинга (например, путем анкетирования, панельных дискуссий) слушателей на начальном («входном») этапе обучения ДПО [4, с. 17].

В целом применение совокупности указанных методических подходов при реализации программ ДПО в сфере закупок направлено на решение таких задач, как:

- обеспечение тесной взаимосвязи содержания обучения и практической деятельности работников контрактной службы;
- вовлечение обучающихся в образовательный процесс как активных участников (субъектов, а не объектов), взаимодействующих между собой;

- использование в образовательном процессе уже имеющегося профессионального опыта обучающихся, проявляющегося в способах решения задач, эмоционально-личностном отношении к этим задачам, опыте оценки задач, рефлексии;

- обеспечение преемственности формального и неформального образования на уровне методов и форм обучения для создания непрерывного процесса ДПО [5, с. 3067].

Весь комплекс указанных выше задач, при последовательном и продуманном подходе к их решению, позволяет существенно повысить эффективность реализации программ ДПО в сфере закупок. Такой результат наблюдался по итогу мониторинга успеваемости слушателей курсов – контрактных управляющих, а также отзывов работодателей как представителей социального и экономического окружения обучающихся (с колебаниями в пределах 5-9 % от общего уровня на протяжении всего периода исследования).

Вместе с тем, следует особо отметить важность разработки и внедрения не только перспективных методических подходов, но и мониторинга направлений формирования и удовлетворения образовательных потребностей контрактных управляющих. Данный шаг подразумевает под собой создание ассоциаций и иных объединений организаций, осуществляющих подготовку по программам дополнительного образования, федеральных инновационных площадок (как, например, на базе ФГБОУ ВО СГЭУ), а также необходимость обобщения лучших зарубежных практик и педагогического опыта. Зарубежные практики упомянуты здесь не случайно. Это обусловлено тем, что институт контрактных управляющих, как и контрактная система, существует в зарубежных странах уже многие годы, в то время как в России данный институт и профессия появились лишь в 2013 году в связи с имплементацией норм англо-саксонского права в российское законодательство [7; 8]. Профессиональные стандарты, регламентирующие требования к уровню квалификации, объему знаний, умений и на-

выков контрактных управляющих, появились только в 2015 году после принятия соответствующих приказов Минтруда РФ [9; 10].

В идеале цели образования, связанные с развитием компетенций, должны органично соответствовать профессиональным стандартам, утвержденным Минтруда РФ по данной группе специальностей. Однако этот процесс еще далек от завершения в силу своей масштабности и техниче-

ской сложности. При этом важным фактором в применении интеграционного подхода в обучении контрактных управляющих является учет требований национальной системы квалификаций. В данном случае – квалификационных требований, предъявляемых к контрактным управляющим в соответствии с утвержденными Минтруда РФ профессиональными стандартами: специалиста в сфере закупок и эксперта в сфере закупок.

Литература

1. Савина, Н. В. Формирование универсальных компетенций будущих магистров педагогики [Текст] / Н. В. Савина, А. А. Хомкина // Реализация образовательных программ профессионального образования в условиях стандартизации: проблемы, поиски, решения: сб. материалов IV Всерос. профессионально-образовательного форума (Омск, 20 апреля 2018 г.). – Омск : Изд-во ОмГПУ, 2018. С. 237-243.

2. Аверина, Л. В. Модели организации диалогического взаимодействия при реализации программ ДПО в сфере закупок [Текст] / EUROPEAN RESEARCH: сборник статей XIII Междунар. науч.-практич. конф. В 2 ч. Ч. 1. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2017. С. 266-268.

3. Аверина, Л. В. Формирование ключевых компетенций работников контрактной службы (специалистов в сфере закупок) в современных социально-экономических условиях [Текст] / Л. В. Аверина, Н. В. Кочеткова // Научное обозрение: гуманитарные исследования. 2016. № 6. С. 71-77.

4. Аверина, Л. В. Методика формирования проектной компетентности контрактных управляющих в системе дополнительного профессионального образования [Текст] / Л. В. Аверина, Э. П. Печерская // Вопросы. Гипотезы. Ответы: Наука XXI века: монография. Краснодар, 2016. Кн. 14. С. 6-29.

5. Pecherskaya, E. P. Methodology of project managers' competency formation in CPE [Текст] / Evelina P. Pecherskaya, Lyudmila V. Averina, Natalia V. Kochetkova, Valentina A. Chupina, Olga B. Akimova // IEJME – Mathematics education. 2016. vol. 11. No. 8, 3066-3075.

6. Львов, Л. В. Прогнозируемый темп формирования компетентности как инструмент педагогического управления опережающим уровнем образования [Текст] / Л. В. Львов // Образование и наука. Том 19. № 4. 2017. С. 39-55.

7. Федеральный закон от 05. 04. 2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» СПС «Консультант плюс». [Электронный ресурс]. – РЕЖИМ ДОСТУПА: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/. – Загл. с экрана.

8. Письмо Минэкономразвития России N 5594-ЕЕ/Д28и, Минобрнауки России N АК-553/06 от 12. 03. 2015 «О направлении Методических рекомендаций по реализации дополнительных профессиональных программ повышения квалификации в сфере закупок» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.44-online.ru/Nakt/obuchenie-44.doc>. – Загл. с экрана.

9. Приказ Минтруда России от 10. 09. 2015 N 625н «Об утверждении профессионального стандарта "Специалист в сфере закупок"»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: rosakademia.ru/npa/professionaljnyu_standart_specialist_v_sfere_zakupk. – Загл. с экрана.

10. Приказ Минтруда России от 10. 09. 2015 N 626н «Об утверждении профессионального стандарта "Эксперт в сфере закупок"» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: rosakademia.ru/npa/professionaljnyu_standart_ekspert_v_sfere_zakupok.pdf . – Загл. с экрана.

УДК 378.147

Н. В. Савина

САМООРГАНИЗАЦИЯ И САМОРАЗВИТИЕ КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩИХ МАГИСТРОВ ПЕДАГОГИКИ

В статье представлен анализ возможности развития компетенций самоорганизации и саморазвития в педагогической магистратуре в свете актуальных ФГОС ВО 2018 г.

Ключевые слова: самоорганизация, саморазвитие, универсальные компетенции, магистры, тайм-менеджмент, стратегический менеджмент, дорожная карта, диаграмма Ганта

Natalia V. Savina

SELF-ORGANIZATION AND SELF-DEVELOPMENT AS A GENERIC COMPETENCE OF FUTURE MASTERS OF PEDAGOGY

The article presents an analysis of the possibility of self-organization and self-development competencies in the pedagogical master's degree in the light of the current GEF in 2018.

Keywords: self-organization, self-development, universal competence, masters, time management, strategic management, road map, Gantt chart

Актуальные федеральные государственные стандарты высшего профессионального педагогического образования, принятые в 2018 году, изменили название и состав компетенций, которые являются образовательными результатами. Вместо общекультурных компетенций появились компетенции универсальные. Эти компетенции одинаковы по названию их групп в стандартах бакалавриата и магистратуры всех профилей подготовки, но, естественно, разнятся в качестве их развития. Обратим внимание на современное название групп универсальных компетенций: системное и критическое мышление, разработка и реализация проектов, командная работа и лидерство, коммуникация, межкультурное взаимодействие, самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение). В самих названиях заложены актуальные требования к человеческому капиталу, в развитии которого система образования призвана играть решающую роль [3]. Введение указанных ФГОС ВО явилось результатом реализации приоритетного проекта по модернизации педагогического образования [5; 6].

Отметим, что универсальные компетенции одинаковы для всех студентов организаций высшего образования, независимо от направлений подготовки, собственно, поэтому они и называются универсальными. Их сформированность показывает достижение уровня высшего образования, а уже общепрофессиональные и профессиональные компетенции показывают направление и профиль подготовки бакалавров и магистров. Так, соответствующие примеры можно увидеть в практике подготовки студентов разных направлений [1; 10; 11].

Остановимся на проблеме формирования одной из важнейших, на наш взгляд, компетенций УК-6, входящей в группу самоорганизации и саморазвития (в том числе здоровьесбережение). В педагогической магистратуре она обозначена в виде образовательного результата таким образом: выпускник «способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки» [8, с. 7].

Мы не ставим целью в рамках этой статьи проводить сравнительный анализ

понятий самоорганизации и самообразования в различных источниках, а также обобщать точки зрения на эти вопросы, поэтому приведем по одному определению, на наш взгляд, достаточному для понимания. Самоорганизация личности – это деятельность и способность личности, связанные с умением организовать себя, которые проявляются в целеустремленности, активности, обоснованности мотивации, планировании своей деятельности, самостоятельности, быстроте принятия решений и ответственности за них, критичности и оценке результатов своих действий, чувстве долга [2]. Саморазвитие – развитие собственных сил, физических и умственных, на основе самостоятельности, самостоятельных занятий [2].

Отсюда УК-6, обозначенная выше, отражает самооценку себя как профессионала и планирование, саморазвитие своей будущей профессиональной деятельности (карьеры).

Актуальные стандарты будут реализовываться с 2019 года, поэтому сейчас для педагогических вузов, а в случае с универсальными компетенциями – и для всех вузов, есть время для корректировки преподавателями содержания учебных дисциплин и практик.

Мы уже показывали опыт работы со студентами бакалавриата и магистратуры факультета начального, дошкольного и специального образования Омского государственного педагогического университета через реализацию технологий обучения, а также отдельных методов и форм (технологии брендинга, форсайта, организации дистанционной олимпиады), позволяющих результативно формировать как отдельные аспекты универсальных компетенций, так и их полный состав [7].

Какие возможности есть у педагогических вузов для реализации конкретной УК-6 в новых стандартах педагогической магистратуры?

Прежде всего, в ФГОС ВО по педагогическому образованию 2015-16 гг. уже были заложены отдельные аспекты этой универсальной компетенции. Такой, например, является общекультурная компе-

тенция ОК-6 (способность к самоорганизации и самообразованию) в стандарте бакалавриата. В стандарте магистратуры это ОК-5 (способность самостоятельно приобретать и использовать, в том числе с помощью информационных технологий, новые знания и умения, непосредственно не связанные со сферой профессиональной деятельности), а также ОПК-4 (способность осуществлять профессиональное и личностное самообразование, проектировать дальнейшие образовательные маршруты и профессиональную карьеру). Для их освоения в учебные планы вузов были введены как специальные дисциплины, например, «Основы самоорганизации и самообразования», так и отдельные темы. Апробированные учебно-методические комплексы дисциплины, включая фонды оценочных средств, конечно, следует использовать как основу для разработки новых дисциплин и отдельных разделов и тем. Так, например, в образовательном процессе студентов ОмГПУ, обучающихся по профилю «Дошкольное образование», была апробирована вариативная дисциплина «Конкурентоспособность педагогов в условиях изменения дошкольного образования», которая по содержанию соответствует указанной компетенции УК-6 [4, с. 264].

Далее необходимо обратиться к современным инструментам построения профессиональной карьеры. Здесь, на наш взгляд, можно воспользоваться средствами других направлений науки и практики: тайм-менеджмент, стратегический менеджмент, управление персоналом и др. Технологии тайм-менеджмента, в частности, мы используем в преподавании практикума «Профессиональная самоорганизация и самообразование», а также элективного курса «Технологии управления профессиональным саморазвитием педагога ДОО». Заметим, что в новых ФГОС ВО бакалавриата по педагогическому образованию в УК-6 входит и способность управлять своим временем [9, с. 8]. Примером планирования карьеры здесь успешно выступает диаграмма Ганта (*табл. 1*).

Пример технологии разработки плана развития карьеры на 5 лет

Пройдите три этапа разработки плана карьеры.

I. Заполните данные о себе.

1. Личные данные обучающегося (ФИО, год рождения).

2. На какую должность претендует через 5 лет.

3. Личные карьерные ориентации обучающегося на ближайший год.

4. Личные карьерные ориентации обучающегося на ближайшие 3 года.

5. Информация об обучении: направление подготовки (курс обучения) или квалификация по диплому; данные о повышении квалификации или профессиональной переподготовке (если имеются).

6. Навыки, знания и умения, необходимые для занятия более высокой должности.

II. Ответьте на вопросы, представленные ниже.

1. Целью моей карьеры является...

2. Какие факторы способствуют осуществлению моей карьеры? Что я могу сделать в этом плане?

3. Какие факторы препятствуют?

4. Каковы наиболее критические пункты в осуществлении моей карьеры? Что я могу сделать в этом плане?

5. Что мне нужно задействовать для осуществления карьеры (время, деньги, здоровье, других людей...)

6. Готов ли я задействовать эти факторы или мне нужно изменить свою цель?

III. Разработать «План развития карьеры на 5 лет», применяя график прогресса (диаграмма Ганта). Сформулировать список частных целей в каждой сфере карьерного планирования (не менее 2-х).

1. В области развития учебной деятельности (образование и самообразование)

1.1. _____

1.2. _____

1.3. _____

2. 2. В области экономического состояния

2.1. _____

2.2. _____

2.3. _____

3. В области здоровья и физического развития

3.1. _____

3.2. _____

3.3. _____ и т. д.

Укажите дату, с которой начинается реализация плана.

Образец разработки плана карьеры на 5 лет

I. Заполнить данные о себе.

Сергеева Анна Дмитриевна, 1996 года рождения

К 2022 году (через 5 лет) я планирую занимать должность старшего воспитателя.

Личные карьерные ориентации на ближайший год – успешно закончить обучение в ОмГПУ, поступить в магистратуру по профилю «Управление персоналом», продолжить работать в детском саду, применяя новые технологии, совершенствовать навыки в общении с детьми, родителями.

Личные карьерные качества на ближайшие 3 года обучения – окончить магистратуру, поступить в университет на заочную форму обучения на факультет иностранных языков, в это время продолжать работать в детском саду, продвигая себя как активного молодого специалиста.

Информация об обучении:

2014-2018 – Омский государственный педагогический университет. Факультет начального, дошкольного и специального образования

Навыки, знания и умения, необходимые для занятия должности старшего воспитателя: умение работать с людьми разных возрастов, умение работать в коллективе, сплачивать женский коллектив. Знания документации детского сада, законов, касающихся организации работы в детском саду. Необходим также опыт работы воспитателем. Умение организовывать себя и других для выполнения дел. Ответственное выполнение поручений, грамотное разделение обязанностей. Способность осуществлять контроль за работой воспитателей.

II. Ответить на вопросы.

Целью моей карьеры является: стать руководителем в области дошкольного образования, иметь стабильный заработок.

Факторы, способствующие осуществлению моей карьеры: для достижения цели мне необходимо показывать себя активным работникам, знающим свое дело, ответственно подходить к своей работе, стараться выполнить все качественно и добросовестно. Применять полученные знания в университете, предлагать новые пути решения каких-либо проблем. Активно участвовать в жизни детского сада.

Факторы, препятствующие осуществлению моей карьеры: старший воспита-

тель в детском саду один, а желающих много. Чтобы достичь цели, необходимо дождаться вакансии.

Наиболее критичные пункты в осуществлении моей карьеры: огромная ответственность за жизнь и здоровье детей.

Для осуществления успешной карьеры, необходимо всю свою жизнь посвящать детскому саду. Усовершенствовать образование, получать как можно больше теоретических знаний и применять их на практике.

Цель менять не буду, буду достигать ее всеми способами.

Т а б л и ц а 1. «План развития карьеры на 5 лет» (по кварталам) 1 квартал начинается с 01.09.2018

Список целей	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2 и далее
1. Получение дополнительного образования / второго образования														
1.1. Поступить в магистратуру «Управление персоналом»	x	x	x	x	x	x	x	x						
1.2. Пройти дополнительные курсы по психологии и педагогике	x	x	x	x	x	x	x	x						
2. Работа														
2.1. Продолжить работу в детском саду и показать себя как грамотного педагога	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2.2. Дополнительный заработок: продолжить в свободное от работы и учебы времени заниматься репетиторством для установления связей и совершенствования навыков общения	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Окончание табл. 1

Список целей	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2 и далее
2.3. Установить доброжелательные отношения с руководством детского сада	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3. В области здоровья														
3.1. Регулярно заниматься физической культурой (пробежки и бассейн)					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4. Мотивация и психологическое состояние														
4.1. Взвесить все плюсы и минусы желаемой мной профессии	x	x	x	x										
5. В области семейной жизни														
5.1. Помогать материально родителям	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
5.2. Создать свою крепкую, успешную семью	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Другим инструментом для построения профессионального (а также личного развития) являются «дорожные карты», применяемые в стратегическом

менеджменте (ил. 1, 2). Данный инструмент позволяет системно увидеть временную перспективу профессионального развития, включая развитие разных видов карьеры.



Ил. 1. Дорожная карта профессионального и личного развития



Ил. 2. Дорожная карта профессионального и личного развития

Практика применения этих методов показала следующие положительные образовательные результаты студентов:

- повышение мотивации к деятельности по планированию будущей карьеры;
- осознание возможности управления личной карьерой;
- развитие системного мышления;
- умение управлять своим временем;

– развитие умения визуально презентовать свои достижения.

Все это можно считать достаточным основанием для апробации указанных методов при разработке образовательных технологий формирования УК-6 в педагогической магистратуре в свете новых ФГОС ВО.

Литература

1. *Вильчинская-Бутенко, М. Э.* Профиль "Урбанистическое искусство" в отечественном образовательном пространстве: опыт первых шагов / М. Э. Вильчинская-Бутенко, О. Н. Судакова // *Художественная культура России вчера, сегодня, завтра: региональный аспект: материалы Всерос. (с международным участием) научн. конф. Красноярский гос. ин-т искусств*; отв. ред. Н.А. Еловская. 2017. С. 178-180.
2. *Гамезо, М. В.* Словарь-справочник по педагогической психологии / М. В. Гамезо, А. В. Степаносова, Л. М. Хализева. М.: Наука, 2001. 462 с.
3. Двенадцать решений для нового образования. Доклад Центра стратегических разработок и Высшей школы экономики. [2018]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fgosvo.ru/news/21/3627> – Загл. с экрана.
4. *Савина, Н. В.* Конкурентоспособность выпускников педагогического вуза как фактор психосоциального здоровья // *Проблемы современного педагогического образования*. Сер. Педагогика и психология: сб. научных трудов. Ялта: РИО ГПА, 2017. Вып. 57. Ч. 12. С. 257-266.
5. *Савина, Н. В.* Непрерывное педагогическое образование: необходимость и реальность // *Проблемы и перспективы формирования педагогической культуры у студентов в условиях реализации Профессионального стандарта педагога: Всерос. науч.-практ. конф. (с междунар. участием), 23-24 сентября 2016 г.* / Департамент образования и молодеж. политики ХМАО-Югры, Бюдж. учреждение высш. образования ХМАО – Югры «Сургут. гос. пед. ун-т» / сост., науч. ред.: Н.В. Абрамовских. – Сургут: Тюмень: ООО «Аксиома», 2016. – 360 с. С. 60-62.
6. *Савина, Н. В.* Особенности управления проектами по модернизации педагогического образования // *Ученые записки ИУО РАО*. 2017. № 2 (59). С. 80-87.
7. *Савина, Н. В.* Формирование универсальных компетенций будущих магистров педагогики / Н. В. Савина, А. А. Хомкина // *Реализация образовательных программ профессионального образования в условиях стандартизации: проблемы, поиски, решения: сб. материалов IV Всерос. профессионально-образовательного форума (Омск, 20 апреля 2018 г.)*. – Омск : Изд-во ОмГПУ, 2018. С. 237-243.
8. ФГОС ВО (3++) по направлениям магистратуры Образование и педагогические науки [Электронный ресурс]: [сайт]. [2018]. – Режим доступа: <http://fgosvo.ru/fgosvo/152/150/25/117> – Загл. с экрана.
9. ФГОС ВО (3++) по направлениям бакалавриата Образование и педагогические науки [Электронный ресурс]: [сайт]. [2018]. – Режим доступа: <http://fgosvo.ru/fgosvo/152/150/25/117> – Загл. с экрана.
10. *Шенцова О. М.* Профессиональное становление архитектора в условиях российского образования // *ALMA MATER (Вестник высшей школы)*, 2017. № 7. С. 85-90.
11. *Shentsova, O. M.* Modelling students' creativity development in practice of higher education in Russia / O. M. Shentsova, N. A. Kayumova, T. V. Krasnova, T. V. Usataya, D. U. Usatiy, L.V. Deryabina // *Indian Journal of Science and Technology*, 2016. Т. 9. № 29. С. 95393.

ЖУРНАЛИСТИКА, РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

УДК 070:004.9:614.8(470+571)

*М. Ю. Добкина
К. В. Дементьева*

ОСВЕЩЕНИЕ ТРАГЕДИИ В КЕМЕРОВО В ОФИЦИАЛЬНЫХ ГРУППАХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ СМИ И ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»: ОПЕРАТИВНОСТЬ И ПОЛНОТА ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ ДАННЫХ

Авторами статьи рассматривается освещение пожара в торговом центре «Зимняя вишня» города Кемерово в официальных группах телеканала «Пятый» и информационного агентства «РИА Новости», делается сравнительный анализ данных ресурсов. Оценивается полнота и оперативность представленной информации, анализируются данные проведенного в социальной сети опроса.

Ключевые слова: пожар, торговый центр, Кемерово, СМИ, официальная группа, социальная сеть, «ВКонтакте», «Пятый канал», «РИА Новости», освещение трагедии

*Mariya Yu. Dobkina
Kseniya V. Dementieva*

LIGHTING OF THE TRAGEDY IN KEMEROVO IN OFFICIAL GROUPS OF TELEVISION MEDIA AND INFORMATION AGENCIES OF THE SOCIAL NETWORK "VKONTAKTE": OPERATIONALITY AND COMPLETENESS OF THE DATA PROVIDED

In the article the authors consider the lighting of a fire in the shopping center "Winter Cherry" in Kemerovo in the official groups of the "Fifth" TV channel and the news agency "RIA Novosti", a comparative analysis of these resources is made. The completeness and efficiency of the information provided is assessed, the data of the survey conducted in the social network are analyzed.

Keywords: fire, shopping center, Kemerovo, media, official group, social network, VKontakte, Fifth channel, RIA Novosti, coverage of the tragedy

Трагедии, следствием которых является гибель людей, всегда будоражили общественное сознание и заставляли каждого из нас всерьез задуматься о безопасности своих близких. За последние 20-30 лет количество жертв, погибших в результате пожаров, взрывов, террористических актов и авто- авиакатастроф, значительно возросло. Исследователи называют целый ряд

причин возникновения подобного феномена. Однако главным здесь все же остается тот факт, что зачастую подобные события в результате неожиданного возникновения и, следовательно, неподготовленности становятся причиной гибели не одного десятка человек, среди которых бывают и дети.

Одной из самых ужасных трагедий подобного рода в 2018 году стал пожар в торговом центре (ТЦ) «Зимняя вишня» в городе Кемерово. 25 марта в 16 часов 4 минуты по местному времени на пульт МЧС поступил сигнал о возникновении возгорания внутри ТЦ. Быстро распространившись по четвертому этажу здания, а затем перейдя и на остальные, огонь в считанные часы охватил площадь в 1600 м². Вслед за этим произошло обрушение кровли и перекрытий между четвертым и третьим этажами на площади 1500 м². Локализовать возникший пожар удалось лишь к 19 часам 25 минутам по местному времени, а полностью ликвидировать открытое горение лишь к 23 часам 7 минутам [6].

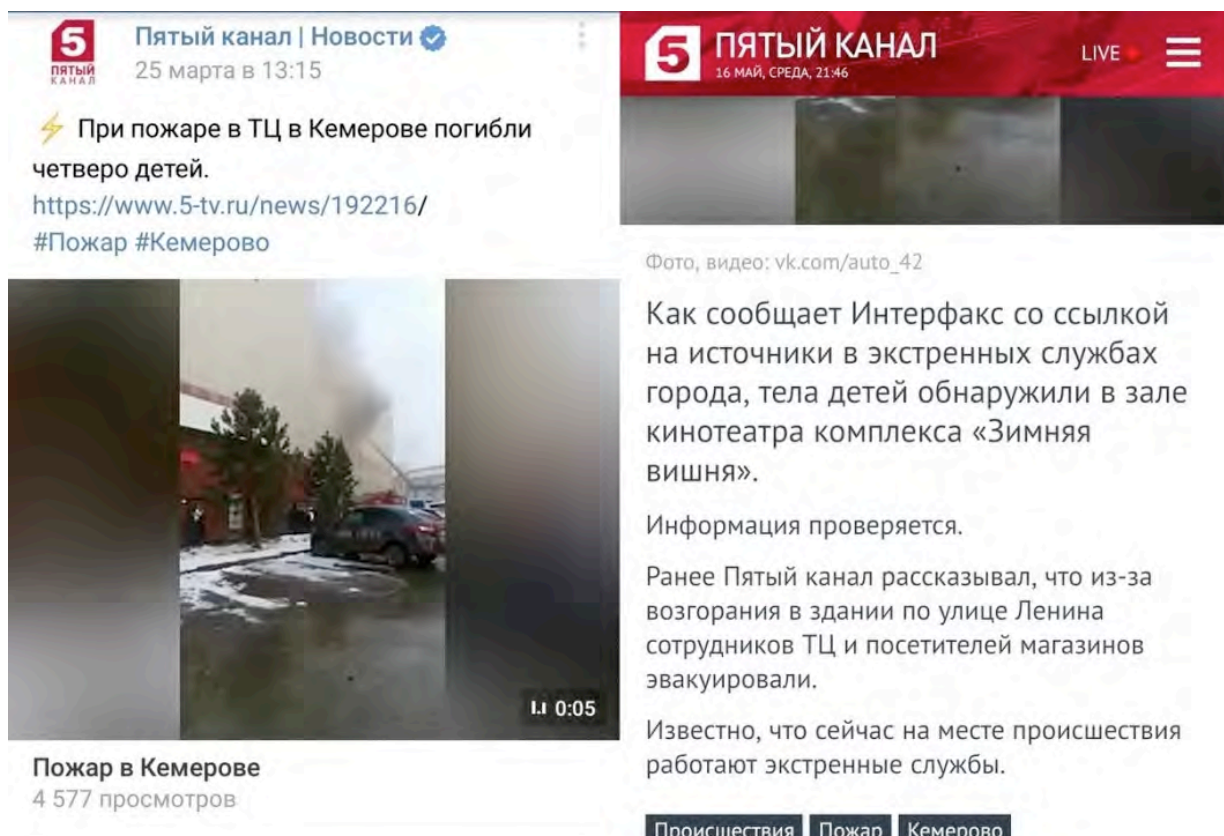
В результате масштабного пожара в ТЦ «Зимняя вишня» погибшими было признано 64 человека. Однако 20 апреля было объявлено, что окончательное число погибших составляет 60 человек, 43 из которых – дети [6].

Конечно же, случившаяся в Кемерово трагедия была широко освещена в средствах массовой информации, функционирующих на территории Российской Федерации. Первое сообщение о случившемся появились на сайте ГУ МЧС России по Кемеровской области уже через 16 минут после поступления сигнала на пульт дежурного (в 16:20 по местному времени, 12.20 по московскому). А уже меньше чем через час о возгорании в ТЦ «Зимняя вишня» вещали практически все телеканалы и радиостанции России.

Не обошли вниманием данную трагедию и интернет-СМИ. Оперативно обновляя постоянно поступающую из Кемерово информацию, они без всяких сомнений занимали лидирующее место по количеству людей, обращающихся к ним за необходимой новостной информацией о данной трагедии. Оперативно распространялась информация и в социальных сетях.

«Эволюция телекоммуникационных услуг, особенно появление и развитие глобальной сети Интернет вкупе с удешевлением портативных устройств, таких, как смартфоны и планшеты, сильно и кардинально повлияла на скорость распространения информационных потоков» [7, с. 248]. Поэтому подавляющее число молодых людей (в возрасте от 14 до 35 лет) постоянно проводят свое свободное время в разнообразных социальных сетях, листая в них новостные ленты и общаясь со своими друзьями или коллегами. Поэтому не удивительно, что многие из них об основных событиях, происходящих в нашей стране, а также во всем мире в целом, узнают из официальных групп существующих средств массовой информации, функционирующих практически во всех самых популярных социальных сетях. Это одинаково выгодно как самим редакционным коллективам отдельных элементов так называемой «четвертой власти», так и посетителям и постоянным пользователям социальных сетей. Для первых подобные новации служат дополнительным способом привлечения аудитории к своему СМИ, ведь практически каждый информационный пост содержит в себе только часть информации о каком-либо событии. Для получения же полных данных о нем, необходимо перейти по предложенной ссылке на официальный сайт данного средства массовой информации (*ил. 1*).

Для вторых – это легкий способ всегда оставаться в курсе последних новостей, не тратя при этом много времени и сил на поиск и открытие официальных сайтов тех или иных СМИ. Иными словами, в плюсе остаются и редакции, которые получают большее число посетителей сайтов, и сами пользователи социальных сетей, без особых затруднений осведомленные о последних событиях региона, страны и мира.



Ил. 1. Слева – пост в официальной группе «Пятого канала» «ВКонтакте», справа – информация на сайте «Пятого канала»

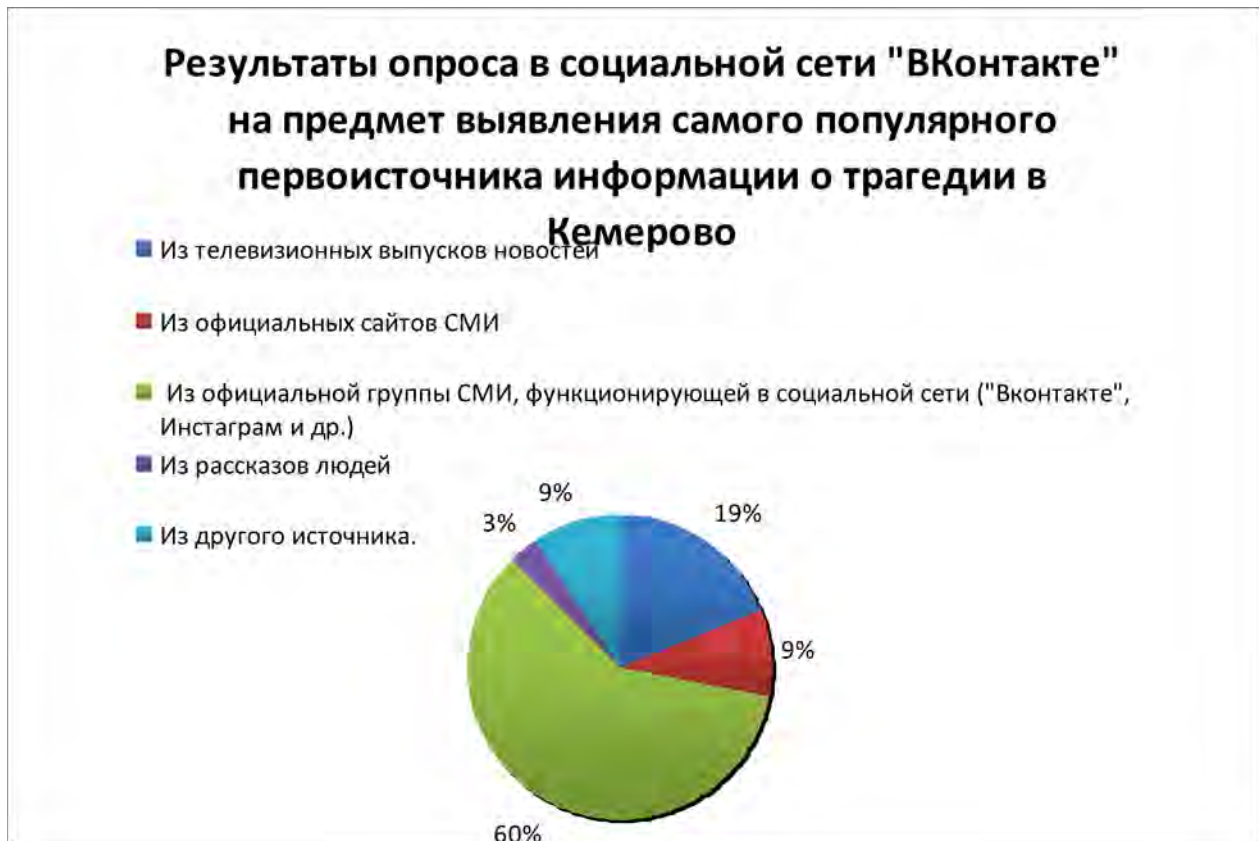
Для вторых – это легкий способ всегда оставаться в курсе последних новостей, не тратя при этом много времени и сил на поиск и открытие официальных сайтов тех или иных СМИ. Иными словами, в плюсе остаются и редакции, которые получают большее число посетителей сайтов, и сами пользователи социальных сетей, без особых затруднений осведомленные о последних событиях региона, страны и мира.

Ниже представлены результаты проведенного нами опроса пользователей социальной сети «ВКонтакте», которые отвечали на вопрос: «Из какого источника Вы впервые узнали о случившемся возгорании в ТЦ "Зимняя вишня" (г. Кемерово)» (ил. 2). В общей сложности в опросе, который был опубликован в социальной сети «ВКонтакте», приняло участие 134 человека в возрасте от 17 до 33 лет.

Исходя из данных, представленных на ил. 2, можно сделать вывод, что большая часть опрошенных пользователей

данной социальной сети узнала о произошедшем в Кемерове возгорании торгового центра именно посредством посещения официальных групп СМИ в социальных сетях.

Конечно же, представленная нами информация вызывает ряд вопросов. А достаточно ли полно освещалась Кемеровская трагедия в так называемых «пабликах»? Оперативно ли в них размещалась информация? Была ли она достоверной? Мы решили проследить это на примере официальных групп телеканала «Пятый» и информационного агентства «РИА Новости», которые были созданы на базе уже упоминавшийся здесь социальной сети «ВКонтакте». Данная социальная сеть, созданная в 2006 году предпринимателем Павлом Дуровым, вот уже несколько лет пользуется большой популярностью у российских пользователей Интернета. По официальным данным в ней зарегистрировано более 70 миллионов человек [5].



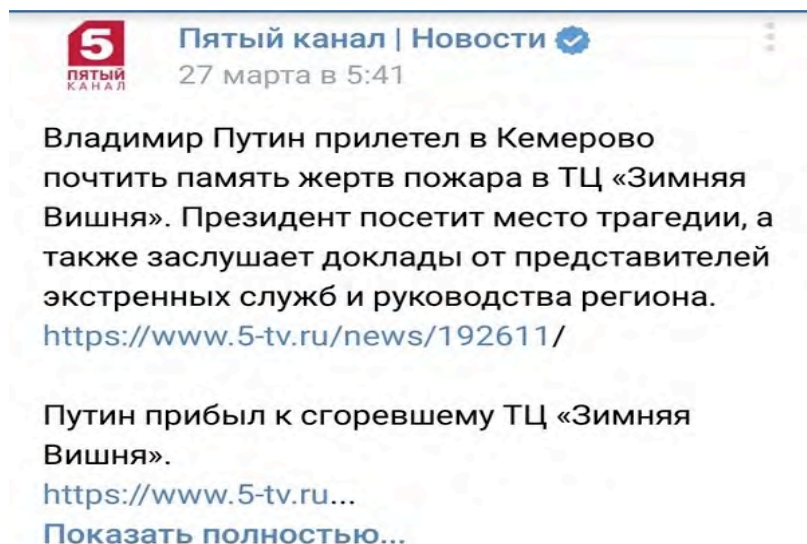
Ил. 2. Опрос пользователей социальной сети «ВКонтакте»

Ознакомимся с тем, как происходило освещение пожара в ТЦ «Зимняя вишня» в официальной группе «Пятый канал / Новости». Выбор именно этого СМИ не был случайным. Сегодня Пятый канал – это один из лидеров в СМИ (входит в пятерку самых популярных телеканалов России), центр вещания которого находится во второй столице нашей страны – Санкт-Петербурге. Кроме того, он является одним из старейших каналов, но при этом не потерял популярности и не затерялся среди более молодых «коллег», о чем может свидетельствовать наличие более 100 000 подписчиков на их официальную группу «Пятый канал / Новости» в социальной сети «ВКонтакте» [4].

Итак, первое сообщение о развернувшихся в городе Кемерово событиях в данном источнике появилось 25 марта в 13 часов 15 минут по московскому времени

(т. е. спустя 49 минут после поступления сигнала о возгорании). В нем сообщалось о гибели четырех детей, находившихся в здании торгового центра в момент возникновения пожара. Кроме того, к данному посту прикладывалось видео очевидцев трагедии, а также ссылка на официальный сайт телеканала, перейдя по которой каждый мог ознакомиться с полной информацией о данной ситуации.

Однако переходить по прикрепленным ссылкам не всегда необходимо, так как зачастую вся основная информация заключается в самих постах или же видеозаписях под ними. Примером подобного может послужить заметка от 27 марта, опубликованная в 5 часов 41 минут (здесь и далее по московскому времени). В ней сообщалось о прибытии Президента РФ В. В. Путина в Кемерово и целях данной поездки главы государства (ил. 3).



Ил. 3. Пост о прибытии Президента РФ на место трагедии в группе «Пятый канал / Новости»

Буквально через пятнадцать минут после публикации данной новости появляется следующий пост. Там рассказывалось о том, как, спасаясь от пожара, из окна выпрыгнул один из посетителей ТЦ. Позже за спасением и жизнью этого молодого человека следили многие неравнодушные жители не только нашей страны, но и всего мира. В группе «Пятый канал / Новости» ему также было посвящено несколько постов, по которым можно отследить полную хронологию событий его жизни, начиная от момента прыжка из окна и заканчивая выходом из комы и определением дальнейшей судьбы.

Далее с периодичностью от 5 до 30 минут официальную группу Пятого канала наполняли новости о развитии ситуации, создавшейся во время пожара в «Зимней вишне». Сообщались сведения о количестве пострадавших, о предположительных

причинах возгорания, мерах и способах его устранения. В последующие дни здесь же была представлена актуальная информация о судьбе владельцев и работников торгового центра, а также душераздирающие рассказы родственников погибших людей.

Конечно же, модераторы группы не пропустили и информации об украинском блогере, который под видом достоверных данных высказывал свои домыслы о том, что реальное количество жертв составляет более трехсот человек. Не забыли упомянуть и об акциях в память о погибших в тот день детей и взрослых.

Все публиковавшиеся новостные сообщения активно комментировались пользователями социальной сети. В комментариях к постам часто можно было встретить слова соболезнования. Кто-то делился своими переживаниями, а кто-то активно

критиковал тех людей, которые, подобно упоминавшемуся украинскому блогеру, решил получить свою порцию популярности, т. е. нажиться на трагедии.

Иными словами, в официальной группе «Пятый канал / Новости», функционирующей на платформе социальной сети «ВКонтакте», была представлена полная картина событий трагичного не только для Кемерово, но и для всей страны дня, а также последующих за ним событий, непосредственно связанных с ним. Если же пользователи хотели получить более подробную информацию, а не только поверхностное представление о случившемся, они с легкостью делали это, перейдя на официальный сайт канала по любой из прикрепленной к постам ссылке.

Однако при этом в рассматриваемой группе наблюдалось отсутствие информации о начале данного пожара. Как нами уже сообщалось ранее, первый пост относительно случившейся трагедии сообщал

аудитории о четырех жертвах. Но до этого никаких данных о происходящем в группе не было. Следовательно, многие люди пришли в замешательство. Конечно, на официальном сайте подобная информация была опубликована. Однако ее отсутствие в группе мы считаем хоть и единственным, но все же значительным минусом.

Переходя ко второй выбранной нами официальной группе – «РИА Новости» – стоит сказать о том, что здесь первое сообщение о Кемеровском событии было опубликовано в 13 часов 24 минуты, т. е. на 9 минут позднее, нежели в «Пятый канал / Новости». В нем также сообщалось о четырех пострадавших, однако было указано, где именно возник пожар (ТЦ «Зимняя вишня») (ил. 4). Можно сказать, что данная деталь является плюсом и делает первое сообщение о трагедии в «РИА Новости» более информативным и понятным для пользователя, нежели аналогичный пост в «Пятый канал / Новости».



Ил. 4. Первый пост о трагедии в группе «ВИА Новости»

Второй пост, касающийся освещения кемеровского происшествия, появился лишь спустя два часа. Это была прямая трансляция непосредственно с места событий. В общей сложности, ее продолжительность составляла чуть менее часа. До этого момента в официальной группе «РИА Новости» в социальной сети «ВКонтакте» не было никаких упоминаний о пожаре в ТЦ.

Третье сообщение также заставило себя ждать: оно появилось лишь в 18 часов 2 минуты. Там пользователям социальной сети рассказали об увеличении числа жертв до пяти человек. Т. е. детального освещения происходящего в кемеровском торговом центре пожара в данной группе осуществлено не было. Об этом может свидетельствовать и тот факт, что всего 25 марта 2018 года в ней было опубликовано лишь 4 поста о развернувшейся трагедии. Данное обстоятельство, на наш взгляд, не может свидетельствовать в пользу данной группы, так как общие сводки за несколько часов не могут характеризоваться актуальностью.

Что же касается самих постов, то они практически схожи с теми, которые публиковались в группе «Пятый канал / Новости»: присутствуют ссылки на официальную группу, прикрепляются видео и фото, некоторые из них сопровождаются небольшими комментариями. Используется метод повторения информации [2, с. 302]. Да и содержащаяся в них информация по большей части являлась аналогичной, что не удивительно, ведь обе группы относятся к официальным органам СМИ. В них рассказывалось о развитии ситуации в районе ТЦ «Зимняя вишня», об акциях в честь погибших людей, следственных действиях в отношении подозреваемых по данному делу и т. п.

Общим для них являлось и то, что каждая из этих групп дублировала инфор-

мацию из других источников, таких как группы в социальной сети «ВКонтакте». Например, «РИА Новости» достаточно часто при помощи операции «репост» размещала на стене своей группы посты из паблика «ТОК», позиционирующего себя как интернет-СМИ. В нем размещаются интересные видео и прямые трансляции. В «ТОКе» присутствовали и аудиовизуальные материалы, связанные с пожаром в торговом центре «Зимняя вишня».

Таким образом, оперативность и постоянно обновляемая информация с первого часа трагедии выводит на первый план группу «Пятый канал / Новости». В данной ситуации свежие данные и быстро обновляемая информация всегда будут восприниматься и усваиваться легче, нежели объемные сводки. К тому же для тех, чьи родные и близкие находились в горящем здании торгового центра, ожидание подобных синтезированных сообщений могло оказаться настоящим испытанием. В то же время при освещении трагедии не наблюдается перевес официального мнения, а наоборот, наблюдается оперативное обнаружение позиции представителей государственной власти по поводу тех или иных событий [3, с. 229].

Пожар в ТЦ «Зимняя вишня» в очередной раз показал нам, как халатность и несоблюдение норм противопожарной безопасности могут привести к трагедии, жертвами которой становятся ни в чем неповинные люди, в том числе и дети. И освещение подобных событий в СМИ является возможностью обратить внимание нечистых на руку предпринимателей и управляющих на то, что никакие деньги не могут сравниться с человеческой жизнью. Именно поэтому каждый журналист, освещающий ситуации экстремального характера, обязан делать это своевременно, полно, но при этом не забывать об этических нормах и правилах.

Литература

1. Все о «Пятом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.5-tv.ru/about/> . – Загл. с экрана.
2. *Дементьева, К. В.* Воздействие региональной прессы на общественное мнение [Текст] / К. В. Дементьева // Вестник Чувашского университета. 2011. № 4. С. 299-303.
3. *Дементьева, К. В.* Региональный аспект взаимодействия прессы и власти [Текст] / К. В. Дементьева, П. Ф. Потапов // Регионоведение. 2010. № 2. С. 225-229.
4. История «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/istoriya-vkontakte.html> . – Загл. с экрана.
5. История информационного агентства «РИА Новости» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ria.ru/docs/about/ria_history.html . – Загл. с экрана.
6. Хронология событий пожара в ТЦ «Зимняя вишня» в городе Кемерово [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://otr-online.ru/news/tragediya-v-keмерово-100965.html> . – Загл. с экрана.
7. *Яковлев, Б. С.* Малозатратный подход к обеспечению устойчивой работы интернет-ресурсов [Текст] / Б. С. Яковлев, Н. Е. Проскураков // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. 2016. № 7-1. С. 248-253.

УДК 659.134.183

С. А. Корочкова

ФОРМИРОВАНИЕ ГОРОДСКОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА СРЕДСТВАМИ ТРАНЗИТНОЙ РЕКЛАМЫ: ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПОЕЗДА ПЕТЕРБУРГСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА

Количество и характер рекламы, особенно наружной и транзитной, определяют ее как значимую часть культурно-информационного пространства города. В этой связи очень важно, какое содержание она транслирует, насколько оно отражает смыслы и идеи, заложенные самим городом как культурным текстом. Тематические поезда Петербургского метрополитена рассматриваются в этой статье как примеры реализации в транзитной рекламе значимых для культурного пространства Санкт-Петербурга концептов, в полной мере проявляющих ее культуроформирующий потенциал.

Ключевые слова: культурное пространство, информационное пространство, транзитная реклама, культура

Svetlana A. Korochkova

FORMATION OF URBAN CULTURAL SPACE BY MEANS OF TRANSIT ADVERTISING: THE THEMATIC TRAINS OF THE PETERSBURG METROPOLITAN

The number and nature of advertising, especially outdoor and transit, define it as a significant part of the city's cultural and information space. In this regard, it is very important what content it translates, how it reflects the meanings and ideas laid down by the city itself as a cultural text. Thematic trains of the St. Petersburg metro are considered in this article as examples of the implementation in transit advertising of concepts relevant for the cultural space of St. Petersburg, fully demonstrating its culture-forming potential.

Key words: cultural space, information space, transit advertising, concept of culture

Культурное пространство – это пространство, порожаемое совокупностью и взаимодействием ценностей культуры, создающими своеобразную духовную атмосферу, ауру, воздействующую на людей, дышащих этой атмосферой [1]. Подробный обзор определений понятия «культурное пространство» дает Л. В. Преснякова [10]. В рамках данной работы для нас важно, что культурное пространство формируется не только посредством материальных объектов, но, прежде всего, взаимодействием с духовными ценностями людей. «Культурное пространство предполагает возможность движения и является механизмом «окультуривания» естественного пространства» [7].

Социокультурное пространство города – это не просто нейтральный фон, на котором происходят коммуникативные взаимодействия. В социокультурном пространстве города коммуникация осуществляется в результате диалогического взаимодействия, через образование особого коммуникационного поля пересечения смыслов.

Городское культурное пространство отражает индивидуальность конкретного города, его уникальную историю. Но в тоже время современное наполнение этого пространства воссоздает его заново, наполняет новыми смыслами и, одновременно, продолжает диалог со смыслами предыдущими, если не в самих культур-

ных текстах, то в сознании воспринимающих их. Диалог между различными видами времени и видами культур способствует самоидентификации горожан. Он выступает неотъемлемым фактором существования социокультурного пространства города [8, с. 12].

Новые тексты культуры изначально обладают культууроформирующим потенциалом и, появляясь, не только определяют характеристики актуального, существующего в реальном времени, культурного пространства, но и задают параметры его дальнейшего развития. «Подобно тому, как пространство культуры образуется всеми текстами, созданными, создаваемыми и могущими быть созданными в данной культуре, так и семиосфера – это культура всех культур и среда, обеспечивающая возможность их появления и существования» [4, с. 135].

Транзитная реклама также является частью информационного пространства города, которое, в свою очередь, является частью культурного пространства. О взаимодействии городской среды и рекламы говорят как теоретики, так и практики рекламы (подробнее см. 8; 5; 13). Выстроенный с учетом актуальных для данного города культурных смыслов и предпочтений, рекламный текст позволяет раскрыть базовые структуры городского культурно-информационного пространства.

Содержание и художественное решение рекламы, особенно наружной и транзитной, так же определяют современный облик Петербурга. Это не раз подтверждали как жители города, так и его неравнодушные гости. Можно вспомнить хотя бы историю с туристическим логотипом Петербурга от студии Артемия Лебедева, критику в адрес использования образов Петербурга в политических рекламных кампаниях, скандал вокруг отдельных креативных решений, например, со словом «глядь» [9].

Все это говорит о том, что петербуржцы очень трепетно относятся к информационному наполнению культурного пространства своего города, для них это не абстрактное понятие, а реальная жилая среда. Для Петербурга, как для культурной столицы, реклама – это не только «двигатель торговли», но также и текст культуры. В этом контексте хочется выделить специальные проекты, «тематические поезда» Петербургского метрополитена, направленные на продвижение его положительного имиджа и повышение лояльности пассажиров в отношении негласного статуса Санкт-Петербурга как культурной столицы.

12 ноября 2015 года в рамках празднования 60-летия Петербургского метрополитена был запущен первый тематический состав «Дворцы Петербурга». Вагоны получили яркую отделку с изображением дворцов Санкт-Петербурга внутри вагонов: «Ансамбль Петергофа», «Дворцовая площадь» и «Подземные дворцы Петербурга» (ил. 1). Стеновые и потолочные панели были украшены иллюстрациями, фотоснимками и коллажами художника Андрея Замуры, разместившего в интерьерах узнаваемые детали исторических достопримечательностей, среди которых можно найти элементы убранства наиболее знаковых и известных станций метрополитена. Исполнителем проекта стала дизайн-студия «Лайка» [3].

Неотъемлемой частью культурного пространства Санкт-Петербурга является его литературная составляющая. Литературная слава Петербурга объясняется не только тем, что он был столицей во время Золотого и Серебряного века русской культуры; в городе всегда жили и живут поэты. Город также населен литературными героями. К тому же и сам Петербург является героем многих литературных произведений. Все это формирует неповторимое и уникальное культурное пространство города.



Ил. 1. Состав «Дворцы Петербурга»

В подтверждение литературной славы Петербурга метрополитен запустил сразу 2 тематических поезда. 22 апреля 2016 года пассажирам метрополитена был представлен тематический состав «Мобильная библиотека». 28 декабря 2016 года вышел новый брендированный поезд — «Литературный» (ил. 2). Интерьеры состава в красном исполнении украшены портретами и цитатами из произведений

великих русских писателей и поэтов, чьими именами названы станции петербургской подземки: Пушкин, Маяковский, Достоевский, Чернышевский, Горький. Также один из вагонов посвящен поэтам Серебряного века. Основными задачами создания таких составов стали популяризация русской классической литературы и повышение интереса к чтению.



Ил. 2. Состав «Литературный»

27 апреля 2018 года проект «Мобильная библиотека» стартовал в третий раз. Проект направлен на укрепление имиджа Санкт-Петербурга как международного культурного центра, а также на популяризацию чтения. Организаторы – Комитет по печати и взаимодействию со средствами массовой информации совместно с некоммерческим партнерством «Российский книжный союз», автономной некоммерческой организацией по предоставлению услуг в области культуры и просвещения «Книжная лавка писателей», издательским холдингом «Эксмо-АСТ» и крупнейшим российским сервисом электронных и аудиокниг ЛитРес при содействии СПб ГУП «Петербургский метрополитен». Первыми пассажирами поезда – «тестировщиками» Мобильной библиотеки – стали студенты Высшей школы печати и медиатехнологий Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна.

Партнер проекта – электронная библиотека ЛитРес – обеспечивает горожанам возможность читать онлайн или скачать 100 бесплатных книг, 10 из которых – книги современных петербургских писателей. Пассажирам метро стали доступны как шедевры мировой классики, так и лучшие современные произведения, такие как, например, произведения лауреатов Нобелевской премии по литературе Кадзуо Исигуро, Элис Манро, Жозе Сарамаго, Орхана Памука. Город намерен распространить «Мобильную библиотеку» и на пригородные электрички, а также на поезда дальнего следования.

В этом аспекте проект «Мобильная библиотека» с одной стороны, активно использует уже сложившуюся славу Петербурга как культурной столицы с ее литературной подоплекой, с другой стороны, эту культуру он активно развивает (понятие «культура» трактуется здесь в рамках определения А. Вежбицкой [2, с. 263]).

Этот проект полностью соответствует культуре «литературный Петербург» и является контекстнообразующим фактором для культуры «современный литературный Петербург». Художественное и информационное решение для брендирования поезда метро полностью соответствует этим понятиям.

Например, вагоны «Мобильной библиотеки» оформлены в стиле старинного кабинета с книжными полками, что отсылает нас к полученному Петербургом званию «самый читающий город». Золоченые рамы для плакатов, рисунок на обоях, камин – все это вызывает ассоциации с интерьерами дворцов и особняков, которыми также славится Петербург [11]. Созданная визуальными средствами внутрисалонной рекламы атмосфера располагает к вдумчивому и неспешному чтению, что выгодно контрастирует с общим темпом транспортного потока на центральной ветке метро.

Выбранная визуализация центральной идеи проекта «библиотеки» удачна еще и потому, что создает образ не публичной, а домашней библиотеки в богатом и респектабельном доме. Это важно, т. к. в рамках проекта, скачивая книги, пользователь получает их в личное пользование, в свою персональную библиотеку (ил. 3).

Стоит также отметить не только соответствие сути рекламного послания тематических поездов духу культурного пространства Петербурга, но и значимость этих проектов для формирования ценностных приоритетов горожан. Учитывая величину пассажиропотока на «синей» ветке метро, можно сказать, что в данном случае реклама полностью реализует свой образовательный и воспитательный потенциал и предстает как значимый для городского культурного пространства социокультурный феномен. Правомерность такого подхода обосновывает С. В. Толмачева [12].



Ил. 3. Проект «Мобильная библиотека»

Практически каждый запуск нового тематического поезда – это еще и значимое информационное событие, о котором СМИ охотно пишут, говорят, показывают. Это, в свою очередь, увеличивает долю культурной составляющей в общем довольно-таки негативном информационном поле, где доминируют «интриги, скандалы, расследования» и добавляет позитивных красок в общую информационную картину. При доминировании коммерческой рекламы в городском культурно-информационном пространстве реклама объектов культуры в тематических поездах выгодно выделяется как своим содержанием, так и качеством исполнения.

Несомненно положительное влияние тематические поезда оказывают и на имидж самого метрополитена как инициатора и носителя этих проектов. Идея за-

пуска подобных тематических поездов принадлежит Московскому метрополитену, у которого на сегодняшний день насчитывается 12 подобных составов. В этом плане Москва опережает Санкт-Петербург и в количестве проектов, и в разнообразии тематики.

То, что подобные проекты необходимо развивать, показывает и обзор мнений пассажиров. Практически все отзывы носят положительный характер, людям приятнее передвигаться по городу в окружении прекрасного, приятно в дороге вспоминать знакомые со школьной скамьи имена и поэтические строки и узнавать новые. Погружение в подобную культурную среду формирует определенные духовные, культурные и познавательные ориентиры, мотивирует к более глубокому знакомству с культурой и искусством города, страны.

Литература

1. *Большаков, В. П.* Специфика культурного пространства современного Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс] / В. П. Большаков // Международные Лихачевские научные чтения. – Режим доступа: http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2007/sec8/S8_02.pdf. – Загл. с экрана.

2. *Вежбицкая, А.* Семантические универсалии и описание языков [Текст] / А. Вежбицкая ; пер. с англ. А. Д. Шмелева, под ред. Т. В. Булыгиной. М.: Языки русской культуры, 1999. 780 с.
3. Дизайн-студия «Лайка». Внутренне оформление вагонов Санкт-Петербургского метрополитена. [Электронный ресурс] // Дизайн-студия «Лайка». – Режим доступа: <http://laika.su/portfolio/gosstrukturyi/sankt-peterburgskij-metropoliten.html> pdf . – Загл. с экрана.
4. *Лотман, Ю. В.* Внутри мыслящих миров: Человек – текст – семосфера – история. [Текст] / Ю. В. Лотман. М., 1999. 464 с.
5. *Ляликов, И. В.* Наружная реклама городской среды [Текст] / И. В. Ляликов. Омск: Омский государственный технический университет, 2013. 37 с.
6. *Маркелов, А.* В петербургском метро запустили поезд с мобильной библиотекой. // Городской информационный портал “Санкт-Петербург.ру”. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://saint-petersburg.ru/m/society/markelov/366729/> . – Загл. с экрана.
7. *Орлова, Е. В.* Культурное пространство: определение, структура, специфика. / Е. В. Орлова // Научная электронная библиотека «Киберленинка». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/kulturnoe-prostranstvo-opredelenie-spetsifika-struktura> . – Загл. с экрана.
8. *Павлов, К.* Влияние наружной рекламы на архитектурный облик города [Текст] / К. Павлов // OUTDOORMedia. 2007. №10. С 12-23.
9. Петербургский совет по рекламе попросил бизнес не использовать слово «глядь» в рекламе. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/publication/milov-zapretit-slovo-glyad-v-reklame-19463.html>. – Загл. с экрана.
10. *Преснякова, Л. В.* Понятие «культурное пространство» в работах современных российских исследователей. / Л. В. Преснякова // Вестник РГГУ Серия «Культурология. Искусствоведение. Музеология» № 7 (108). 2013. С.56-65. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.rsuh.ru/upload/main/vestnik/ifkv/archive/Kulturologiya/№%207_2013 . – Загл. с экрана.
11. Тематические поезда. Официальный сайт Петербургского метрополитена [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.metro.spb.ru/thmtrains.html> . – Загл. с экрана.
12. *Толмачева, С. В.* Реклама как социокультурный фактор формирования ценностных ориентаций молодежи. [Текст] / С. В. Толмачева // Социс. 2007. №8. С. 42-48.
13. *Шарифуллин, Б. Я.* Язык современного сибирского города. Теоретические и прикладные аспекты общения [Текст] / Б. Я. Шарифуллин. Вып. 5. Красноярск, 1997. С. 8-26.

УДК 070:741.5

М. А. Кузьмина

**КАРИКАТУРА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ:
ТЕМАТИКА, ФУНКЦИИ, СОБЛЮДЕНИЕ ЭТИЧЕСКИХ НОРМ**

В статье рассмотрена специфика карикатурных изображений в современной журнальной периодике. Рассматривая тематику и функции карикатуры, автор отдельно останавливается на этичности иллюстраций и реакции на них мирового сообщества. Устанавливаются отличия карикатуры на политических лидеров у западных и российских авторов. Карикатура определяется как довольно серьезное оружие, которое может навредить и привести к агрессивным действиям на международной политической арене.

Ключевые слова: карикатура, пресса, журналистика, «Charlie Hebdo», политический лидер, этика

Marina A. Kuzmina

**CARICATURE IN THE CONTEMPORARY PRESS:
THEMATICS, FUNCTIONS, ADHERENCE TO ETHICAL STANDARDS**

The article examines the specifics of caricature images in modern periodicals. Considering the themes and functions of the cartoon, the author separately stops at the ethics of illustrations and the reaction of the world community to them. Distinctions of the caricature of political leaders among Western and Russian authors are established. The caricature is defined as a rather serious weapon that can harm and lead to aggressive actions in the international political arena.

Keywords: cartoon, press, journalism, Charlie Hebdo, political leader, ethics

Современное положение сатирических жанров на медиарынке является как никогда нестабильным, во многом заметным, но при этом пользуется большим вниманием аудитории. Это вызвано не только потребностью аудитории в подобных медиапродуктах, но и появлением достаточного количества авторов, способных создавать данные материалы надлежащего качества. Особенно ярко это видно на примере западной прессы, которая, в отличие от российских изданий, публикует сатирические материалы (в основном образительные) регулярно и на разнообразные темы. Т. е. «медиадискурс выполняя в современном обществе особую роль глобальной коммуникации» [10, с. 90], дополняется графическими изображениями.

Хорошо проработанная и актуальная

карикатура способна стать отличной альтернативой антидепрессанта или психотерапии, направленной на массовое восприятие, которое находится в том или ином кризисном состоянии. И чем больше это напряжение было в том или ином государстве, тем популярнее был сатирический жанр.

Дискуссии о соблюдении этических норм при создании юмористических рисунков, о символизме в языке данного вида графики, неоднозначности реакции на восприятие визуальных форм сообщения информации и других специфических аспектах данного феномена ведутся в течение всего времени его существования.

При этом на рисунок оказывают влияние и многие другие факторы: тип издания, социально-политическая позиция

редакции и учредителя, характерные черты аудитории, эстетические установки редакции, содержание и структура данного номера и определенных его публикаций, с которыми рисунок работает на восприятие читателя, и проч.

Западные медиа из всех сатирических жанров наибольшее внимание уделяют разновидностям карикатуры. У многих изданий они являются «визитной карточкой», еще большее количество используют их как обложку, часто весьма провокационного характера.

Авторы еженедельного сатирического журнала «*Charlie Hebdo*» («СН», «Шарли») (Франция) не обходятся без карикатурного изображения как на обложке, так и на своих внутренних полосах. Помимо карикатур они публикуют репортажи, дискуссии и анекдоты. Из-за публикуемых материалов данное издание обладает международной «дурной славой». Оно высмеивает политиков, ультраправых, все мировые конфессии и самые громкие события мирового и европейского масштаба. Издание чаще других становится участником и виновником не только локальных, но и международных скандалов из-за грубых нарушений журналистской этики и общих, принятых в международном сообществе, моральных устоев.

За все время своего существования журнал опубликовал свои карикатурные «отклики» практически на всех крупных политических, культурных, спортивных, конфессиональных лидеров, на европейских и международных медийных личностей, на неоднозначные события мирового масштаба, катастрофы, войны, реформы и др. Для редакции журнала не существует запретных тем, которые они не могли бы высмеять. При таком разнообразии тем авторы изображений не претендуют на какую-либо художественность и качество исполнения, как например «*THE WEEK*»

(Великобритания), или определенную моральную планку, лояльную ко многим явлениям действительности, как в «*The New Yorker*» (США).

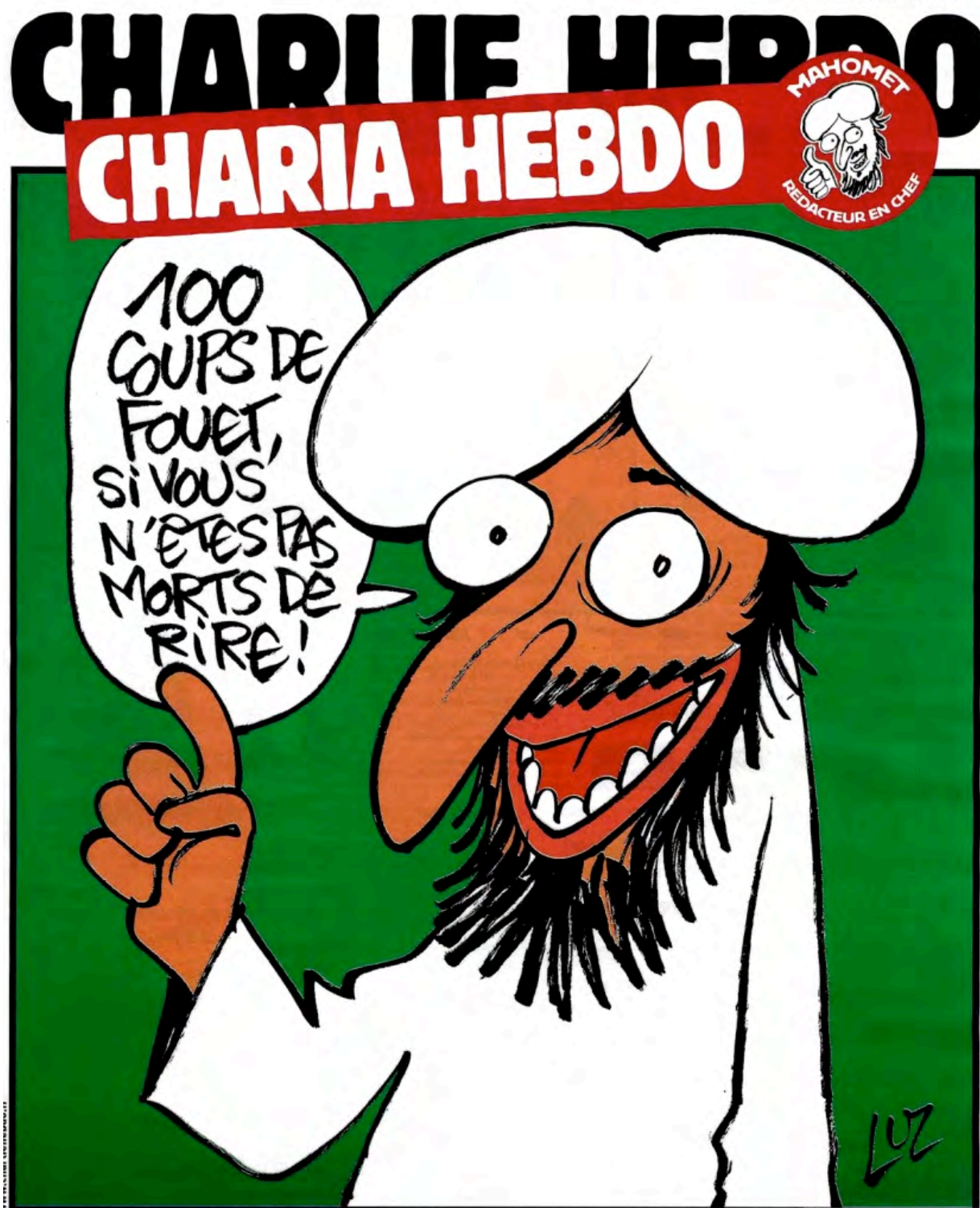
Еще в 1982 году основатель «Шарли» Франсуа Каванна провозгласил следующие принципы журнала:

- «Нет ничего святого»;
- «Ни ваша мать, ни еврейские мученики, ни даже люди, умирающие от голода»;
- «Смейтесь надо всем, жестко, едко, чтобы изгнать старых чудовищ» [6].

По определению портала «Медуза», «*Charlie Hebdo*» – «последовательное антирелигиозное издание, особое внимание уделяющее карикатурам и статьям на тему ислама». Они неоднократно перепечатавали серию карикатур на пророка Мухаммеда, первая публикация данных изображений вызвала крайне негативную реакцию и массовые протесты в мусульманских кругах. Однако их перепечатка позволила увеличить тираж газеты в 1,5 раза.

В 2008 году еженедельник выиграл судебный процесс по иску от представителей мусульманских общин, возмущенных данной перепечаткой. Редакция объяснила это тем, что еженедельно публикуют большое количество провокационных материалов на различные темы, однако резко негативную реакцию вызывают только карикатуры на пророка.

В 2011 году «*Charlie Hebdo*» на один выпуск переименовалась в «*Charia Hebdo*», представила пророка Мухаммеда приглашенным главным редактором, а на обложке опубликовала изображение пророка, говорящего: «Сто ударов кнутом тому, кто не умрет от смеха» (ул. 1). За день до выхода номера редакцию «СН» забросали бутылками с зажигательной смесью, после чего здание полностью выгорело.



Ил. 1. Карикатура в «Charlie Hebdo» («Charia Hebdo»), 2011

7 января 2015 года два террориста атаковали офис редакции в Париже, убили 12 человек и ранили 11. Среди погибших были главный редактор Стефан Шарбонье и карикатуристы Жан Кабю, Жорж Волински и Бернар Верлак.

После смерти коллег во время терро-

ристического акта автор той самой скандальной карикатуры на Мухаммеда (2011 г.), один из ведущих карикатуристов журнала Ренальд Лузье покинул издание с фразой: «Это очень личный выбор. Каждый новый номер – это пытка, потому что другие погибли» [6]. Еще до этого заявле-

ния он отказался впредь рисовать карикатуры на пророка. Однако никаких публичных извинений за свои работы и политику поведения «Шарли» не последовало. Следующий после нападения номер журнала от 14 января был выпущен тиражом в 3 миллиона (стандартный тираж журнала на тот момент – 60 000 экземпляров) и раскуплен в Париже за 15 минут. Выпуск дотпечатывался несколько раз и дошел до 5

миллионов, установив абсолютный рекорд в истории французской прессы. А власти Парижа присвоили изданию звание «Почетного гражданина Парижа».

В сентябре того же года журнал спровоцировал новый скандал, опубликовав две карикатуры на фотографию утонувшего мальчика Айлана Курди после того, как у берегов Турции перевернулась лодка с сирийскими беженцами (ил. 2).



Ил. 2. Карикатура в «Charlie Hebdo», 2011

Нападение на издание и сопровождающие его рассуждения о свободе слова во время последующих скандалов того же года повлекли за собой своеобразный раскол международного журналистского и культурного сообщества на два лагеря: одни считали редакцию журнала борцами за свободу печати, слова и отмену цензуры; другие называли их противниками морали и этики.

Политолог и публицист Алла Ярошинская: «... я абсолютно против такой «свободы» слова, которую десятилетиями

практиковал журнал «Шарли Эбдо». Жаль, что власть и лидеры некоторых стран, вместо того, чтобы, осудив убийство исламских радикалов и выразив общественную солидарность, дать оценку также и провокационной «журналистике», пошли по пути нагнетания межрелигиозных страстей и ложного понимания свободы слова. Как можно не понимать, что выход нового журнала «Шарли Эбдо» с карикатурами на пророка Мухаммеда – это, по крайней мере, неумно. Я уже не говорю про пресловутую западную толерантность и

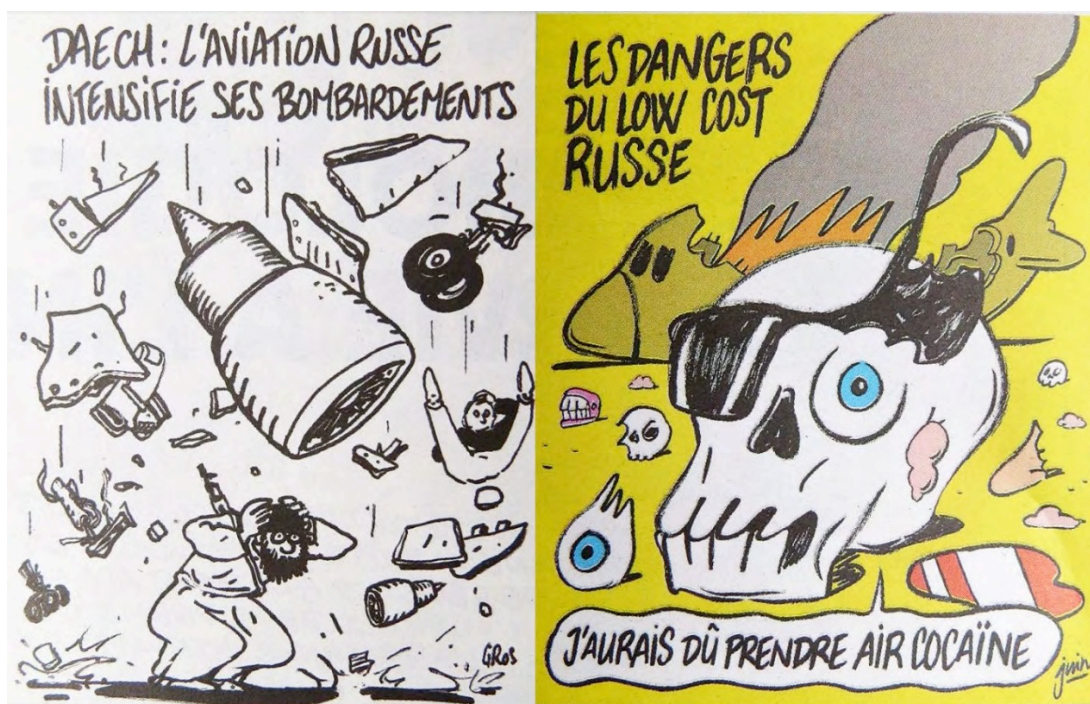
обычное человеческое уважение чужих святынь...» [9].

Противоположного мнения придерживались преимущественно зарубежные СМИ. «New Yorker» от 10 января 2015 г.: «Казалось бы, не нужно особой смелости и решительности, чтобы рисовать несерьезные каракули, высмеивая тех, кто, по твоему разумению, издевается над святыней. Но эти погибшие французские карикатуристы были намного смелее большинства из нас, борясь с опасными и непримиримыми противниками нашей цивилизации, имея в своем арсенале лишь огромный талант и умение едко насмеяться...» [3].

Есть и третья сторона. В деловой газете «Взгляд» от 22 сентября 2016 года писатель Роман Антоновский пишет: «А кто вам вообще дал право судить юмор? У юмора один критерий – смешно или не смешно. И у юмора нет границ. Вуди Аллен может шутить и про антисемитизм, и про холокост. В «Южном Парке» смеются над расистами, неграми, гомосексуалистами, инвалидами. Для стендаперов нет ничего святого... Единственная граница в юморе – смерть и страдания невинных людей. Та граница, которую переходит «Шарли Эбдо» [5].

Часто журнал нападает и на Россию. Однако основатель «Шарли» Франсуа Каванна неоднократно упоминал о том, что он очень тепло относится к России. Журналист Сергей Пархоменко охарактеризовал его так: «Он на протяжении всей своей жизни создавал себе репутацию самого грубого, гадкого, безжалостного, циничного и едкого писаки, готового относиться абсолютно ко всему окружающему с единственным принципом «ничего святого!» [6]. И при всех подобных характеристиках этот человек в конце 70-х публикует книгу-комплимент России «Русачки» (так французы называют русских, когда мы их кличем «лягушатниками»), где автор не только нежно описывает составляющие «русской души», но и учит русский язык.

Действующий редакционный состав журнала не обладает такой благосклонностью к российской действительности, а также деликатностью в ее освещении. Так, например, в 2015 году они отреагировали на катастрофу российского авиалайнера А 321 над Синайским полуостровом (погибло 224 человека) серией жестоких и некорректных карикатурных изображений, которые повлекли за собой череду скандалов и крупных международных конфликтов (ил. 3).



Ил. 3. Карикатура в «Charlie Hebdo», 2015

На консультативной встрече в 1983 году (в Париже и Праге) международных и региональных журналистских объединений были выработаны следующие «принципы профессиональной этики:

1. Право граждан на достоверную информацию;
2. Объективное освещение событий – долг журналиста;
3. Социальная ответственность журналиста;
4. Профессиональная честность журналиста;
5. Общественный доступ к информации и участие в СМИ;
6. Уважение частной жизни и достоинства;
7. Уважение общественных интересов;
8. Уважение всеобщих ценностей и многообразия культур;
9. Борьба против войн и других бед, грозящих человечеству;
10. Развитие нового мирового информационного и коммуникационного порядка» [4].

Материалы, публикуемые «Шарли», не нарушили только два из перечисленных принципов: принцип № 5, поскольку распространение их медиаматериалов практически никак не ограничивается (за исключением стран, в которых действует жесткая цензура) и аудиторный отклик на них редакция всячески получает, и принцип № 10 – журнал фактически стал самым ярким негативным примером нового информационного порядка, в котором толерантность и свобода слова перешли в своих взаимоотношениях к жестокой конфронтации.

И, как пишет уже упомянутый Мартянов, «... абсолютно размыта грань между свободой слова и вседозволенностью слова – это еще один гвоздь в гроб современного европейского мироустройства» [3].

Для карикатуристики характерно, что она реагирует наиболее остро и резонансно исключительно на проблемные ситуации крупного масштаба (страна, мир). Данная реакция проявляется не только в интерпретации какой-то конкретной си-

туации, но и медийных личностей, имеющих к ней непосредственное отношение.

Самыми крупными и «популярными» геополитическими событиями мира, которые отразились в карикатурах последних двух десятилетий, можно назвать войны на Ближнем Востоке, присоединение Крыма к России, войну на Украине, серии террористических актов, спорные президентские выборы в ряде западных стран, а также крупные международные неполитические мероприятия (Олимпийские игры, Евровидение, Чемпионат мира по футболу и др.), в информационном поле которых фигурировали политические конфликты.

В связи с этим можно перечислить и основных политических лидеров, на которых чаще всего делались сатирические акценты и карикатуры: В. Путин, Д. Трамп, Б. Обама, Д. Буш-мл., П. Порошенко, М. Саакашвили, В. Кличко, Усама бен Ладен, Ким Чен Ын и др. Степень гиперболизации образов, их моральность, пристойность и прочие характеристики зависят от ряда признаков, основной из которых – «сторона», которая выпускает то или иное изображение.

В печатной периодике России сатира практически не представлена или выступает в качестве вспомогательного элемента. Например, в журнале «Эксперт» карикатурные изображения достаточно часто, но не регулярно, выступают в роли обложки того или иного номера, привязанной по тематике к основному материалу номера (ил. 4).



Ил. 4. Журнал «Эксперт», 2017, №17

На данный момент карикатура потеряла изначальную цель своего создания – обличение и высмеивание пороков, и во многом превратилась в нелепые, а часто аморальные картинки с надписями. В большей степени данное перевоплощение можно отнести к влиянию времени. Нельзя отрицать, что первые карикатуры не носили в себе особо гуманного содержания, но они придерживались изначальнo заданному направлению – обличение пороков через юмор и иронию. Сейчас на первый план выходит «черный юмор» не только над пороками, но и над бедами людей, верованием и различными религиями.

В федеральных российских изданиях («Московский комсомолец», «Новая газета», «Экономика и жизнь», «Коммерсантъ. Власть», «ЭКО» и др.) карикатуры появлялись эпизодически в 2000-е годы и еще меньше их стало в 2010-е.

Более 10 лет газета «Коммерсантъ» публиковала карикатуры А. Бильжо и его рисованного персонажа Петровича, что составляло одну из особенностей визуального облика издания на российском информационном рынке. Данный персонаж, хотя и поднимал многие важные социально-политические проблемы, но какие-то конкретные политические лидеры с ним рядом не появлялись. Сейчас карикатуры для данного издания уже являются не правилом, а скорее исключением «по поводу», которые появляются на его официальном сайте [7]. Например, в честь 1 апреля они опубликовали карикатуры Константина Куксо от «Ъ-Online» (ил. 5). И даже эти редкие появления гиперболизированных изображений максимально тактичны и аккуратны в изображении политических лидеров, они ближе к жанру шаржа, чем к жанру карикатуры.



Ил. 5. Карикатура Константина Куксо в «Ъ-Online»

К российским политикам также очень деликатно относятся и редакция журнала «Эксперт», иногда публикуя на своих обложках карикатурные изображения на многих медийных личностей, в том числе и на политиков (ил. 6) [8].



Ил. 6. Журнал «Эксперт», 2009, №44

Несколько ироничнее художники издания позволяют себе изображать «дружественных» России политиков. С данными личностями уже происходят «метаморфозы» и гиперболизация. Их помещают в комический контекст, который привязывается к актуальной политико-экономической проблеме и основной теме номера (ил. 7).



Ил. 7. Журнал «Эксперт», 2007, №3

Самые едкие изображения направлены часто в адрес западных (в особенности американских) и украинских политиков. Так, Дональд Трамп часто фигурировал на обложках журнала с яркой розовой кожей, искаженным той или иной эмоцией выражением лица, непропорциональным или животным туловищем, а иногда в каком-то стереотипном образе (ил. 8). Украинские политики получают в интерпретации художников примерно те же характеристики (кроме цвета кожи), которые дополняются характерными гиперболизированными чертами каждой отдельной личности.



Ил. 8. Журнал «Эксперт», 2009, №3

Следовательно, стоит отметить, что карикатуры на политических лидерах западных авторов и российских имеют большое количество отличий:

- западные карикатуры чаще нарушают общепринятые этические и моральные нормы;
- западный рынок сатирического рисунка значительно шире российского;
- западные карикатуры часто сопровождаются пояснительными надписями или включают в себя «фразовые облака», в которые и заключается весь комизм изображения.

В настоящем историческом контексте карикатура может стать довольно серьезным оружием, которое может навредить и привести к агрессивным действиям на международной политической арене, т. к.

люди, принимающие ответственные политические решения, часто «подвержены влияниям, установкам, которые транслируются средствами массовых коммуникаций» [2, с. 11]. «Человек современного общества формируется и функционирует в мегаинформационном пространстве, созданном массмедиа» [1, с. 299] и карикатура является отражением действительности, с ее помощью художники пытаются донести до окружающих самые злободневные проблемы современного мира, что не всегда получается корректно.

Рассматриваемые материалы обладают значительной постоянной читательской аудиторией, которая имеет в своем составе представителей всех слоев и групп населения. Редакции стремятся следовать тенденции на сатирические материалы, поэтому на их полосах можно заметить некоторые переходные формы, сопровождающие материалы или сатиру и юмор в чистом виде.

В процессе анализа и рассмотрения вышеупомянутых материалов были рассмотрены печатные периодические материалы и интернет-порталы, которые публикуют карикатурные материалы, в результате чего были выявлены следующие особенности карикатур на политических лидеров на российском и международном медиарынке:

- карикатуристика западных СМИ выпускает значительно больше материала, чем российская;
- политические лидеры, изображаемые в карикатурах, появляются в данном медиа-формате в результате реакции на крупные политические события;
- нарушение этических норм и гиперболизация образов больше свойственна западной карикатуре;
- самыми популярными личностями, изображаемыми в политической карикатуре, являются лидеры самых крупных и (или) влиятельных государств.

Литература

1. Дементьева, К. В. Воздействие региональной прессы на общественное мнение [Текст] / К. В. Дементьева // Вестник Чувашского университета. 2011. № 4. С. 299-303.
2. Дружинин, А. М. Медиатексты в структуре принятия решений [Текст] / А. М. Дружинин // Пространство и Время. 2015. Т. 9. № 2. С. 11.
3. Однако: онлайн-журнал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://odnako.org/>. Загл. с экрана.
4. Официальный блог выпускающего редактора онлайн-издания медиакомпании «Deutsche Welle» «Медиаспрут» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mediasprut.ru/>. – Загл. с экрана.
5. Официальный сайт газеты «Взгляд» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vz.ru/>. – Загл. с экрана (дата обращения: 24. 01. 2018).
6. Официальный сайт журнала «Charlie Hebdo» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://charliehebdo.fr/>. – Загл. с экрана.
7. Официальный сайт журнала «Коммерсантъ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/>. – Загл. с экрана.
8. Официальный сайт журнала «Эксперт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/>. – Загл. с экрана.
9. Редакция портала «Православие и Мир» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pravmir.ru>. – Загл. с экрана.
10. Семухина, Е. А. Специфические фраземы французского религиозного медиадискурса [Текст] / Е. А. Семухина // Язык и мир изучаемого языка. Саратов, 2017. С. 90-94.

УДК 070:004.9:178.8

Ю. В. Тарасова

**ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ
НАРКОЗАВИСИМОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ
РУНЕТА (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ ОФИЦИАЛЬНОЙ
СТРАНИЦЫ САЙТА RIA.RU И «ВКОНТАКТЕ»)**

В статье представлены результаты контент-анализа материалов о проблемах наркозависимости на официальной странице сайта RIA.RU и «ВКонтакте». Выявлен уровень освещенности проблем в информационном пространстве Рунета. Кроме того, на основе проанализированных медиатекстов автор формулирует направления антинаркотической работы отечественных интернет-СМИ.

Ключевые слова: наркозависимость, журналистика, проблема, контент-анализ, «РИА Новости», «ВКонтакте».

Yuliya V. Tarasova

**FEATURES OF LIGHTING THE PROBLEM DRUG ADDICTION IN THE
INFORMATION SPACE RUNET (ON THE EXAMPLE OF MATERIALS OF OFFICIAL
PAGES OF THE SITE RIA.RU AND "VKONTAKTE")**

The article presents the results of the content analysis of materials on the problems of drug dependence on the official page of the site RIA.RU and "VKontakte". The level of illumination of problems in the information space of the Runet is revealed. In addition, based on the analyzed media texts, the author formulates the directions of the anti-drug work of domestic Internet media.

Key words: drug addiction, journalism, problem, content analysis, RIA Novosti, VKontakte

Работа журналистов, пишущих о проблемах современности, в том числе о наркозависимости, поднималась в статьях и ранее [1; 2; 3; 5; 6]. Однако векторы освещения регулярно меняются, что зависит от социально-политической обстановки и мастерства журналиста.

Проблема наркомании или «заболеваний, характеризующихся непреодолимым влечением к употреблению в возрастающих дозах наркотиков в связи с возникающей по отношению к ним психической и физической зависимостью» [4, с. 405], наркозависимости («физиологической зависимости от опиатных и им подобных веществ (обладающих одновременно седативным, т. е. усыпляющим, и обезболивающим эффектами)» [4, с. 404] является одной из наиболее остро стоящих не

только в России, но и во всем мировом обществе.

Обусловленные негативным влиянием целого ряда факторов, а именно: *социальных, экономических*, формирующих ощущение нестабильности, незащищенности; *психологических*, отражающих потребность в том, чтобы уйти от проблем реальной действительности; *духовно-нравственных*, приводящих к аксиологическому кризису личности, т. е. к утрате ценностно-мировоззренческих ориентиров, понимания того, что хорошо, а что плохо, что можно, а что – нет, данные проблемы обнаруживают стремительный рост в последние десятилетия, охватывая теперь не только так называемые «группы риска», прежде всего молодежь, подростков, но и людей более зрелого возраста, уже имею-

щих свои семьи, воспитывающих детей и т. д.

Сказанным обусловлено пристальное внимание к вопросам наркомании и наркозависимости в России на государственном уровне. Были подготовлены и вступили в силу нормативно-правовые документы, в частности, Указ Президента Российской Федерации от 18. 10. 2007 г. № 1374 «О дополнительных мерах по противодействию незаконному обороту наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров»; на его основе были разработаны концепции (например, Концепция государственной политики по контролю за наркотиками в Российской Федерации: постановление Верховного Совета Российской Федерации от 22. 07. 1993 г. № 5494-1) и стратегии (например, Стратегия государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 года от 09. 06. 2010 г. № 690) [8], регулирующие систему действий со стороны разных общественных сил и институтов, которые направлены на борьбу с наркоманией и наркозависимостью как с серьезными национальными проблемами.

В Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 года (утверждена Указом Президента Российской Федерации от 9 июня 2010 г. № 690) [9] четко обозначена роль средств массовой информации в совокупности мер, направленных на снижение проблемы наркомании и распространения наркотических веществ на территории России. Это, прежде всего, профилактическая функция, заключающаяся в формировании негативного отношения к незаконному обороту и потреблению наркотиков и существенном снижении спроса на них.

В реализации основных задач борьбы государства с проблемами употребления и распространения на территории РФ наркотических веществ средства массовой информации выполняют роль инструмента поддержки государственной антинаркотической политики, обеспечивая взаимосвязь различных социальных институтов, вовлеченных в антинаркотическую деятельность

(включая законодательные, правоохранительные органы, органы социальной поддержки и медицинские учреждения, занимающиеся разработкой и реализацией инновационных программ лечения и социальной адаптации лиц, страдающих наркозависимостью), с широкими слоями населения. Это определяет круг функций общественных СМИ в решении проблем наркомании и наркозависимости в российском обществе: прежде всего, профилактической функции (предусматривающей формирование негативного отношения в обществе и психологического иммунитета у наиболее незащищенных от этой проблемы групп населения к потреблению наркотиков), а также связанных с ней информационной (информирующей) и пропагандистской функций. Не менее важной представляется и консолидирующая функция СМИ в реализации государственной антинаркотической политики, поскольку средства массовой информации выступают необходимой «вертикалью», обеспечивающей доведение до широких слоев населения качественно переработанной информации обо всех принимаемых в российском обществе мерах (государственного и негосударственного значения, т. е. иницируемых негосударственными (волонтерскими) организациями) по решению проблем наркомании и наркозависимости. Это позволяет говорить об огромном значении СМИ в борьбе с наркоманией и наркозависимостью как с серьезными национальными и глобальными проблемами, работа по профилактике и минимизации вреда которых является неотъемлемой частью государственной политики современной России.

В антинаркотическую работу отечественных средств массовой информации оказываются вовлеченными и интернет-СМИ. Более того, именно интернет-СМИ характеризуются, на наш взгляд, наибольшими возможностями в реализации всех отмеченных выше функций, поскольку:

а) оперируют одновременно разными каналами презентации информации;

б) предусматривают обратную связь с аудиторией (например, в форме комментирования материалов интернет-изданий);

в) отличаются высокой степенью популярности и доступности для широких масс населения;

г) характеризуются высокой скоростью предоставления новостной информации, обновляющейся в режиме реального времени (онлайн). В итоге это обеспечивает большую результативность работы интернет-СМИ как инструмента государственной антинаркотической политики по сравнению с традиционными средствами массовой информации.

При этом интернет-журналистика со свойственными ей результативностью и оперативностью все же реализует общие с другими массмедийными средствами направления антинаркотической работы отечественной журналистики. Среди таких направлений необходимо выделить следующие:

1. Информирование населения о достижениях государственной антинаркотической политики, в частности: сообщение информации о различных постановлениях, указах в этой области, действиях властей и правоохранительных органов, препятствующих распространению наркотических веществ на территории страны.

2. Информирование населения о научных достижениях в борьбе с наркозави-

симостью и последствиях приема наркотических веществ, в том числе и о преступлениях, с ними связанных.

3. Социальная реклама, направленная на информирование широких слоев населения о различных формах наркологической помощи.

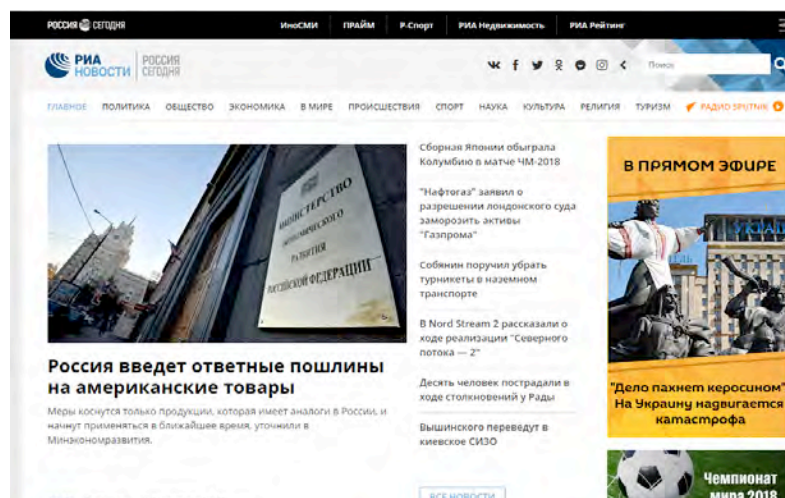
4. Анализ проблем наркомании и наркозависимости в современном российском обществе.

5. Прямое обращение к различным структурам с целью обратить более пристальное внимание на проблему наркомании и наркозависимости в российском обществе.

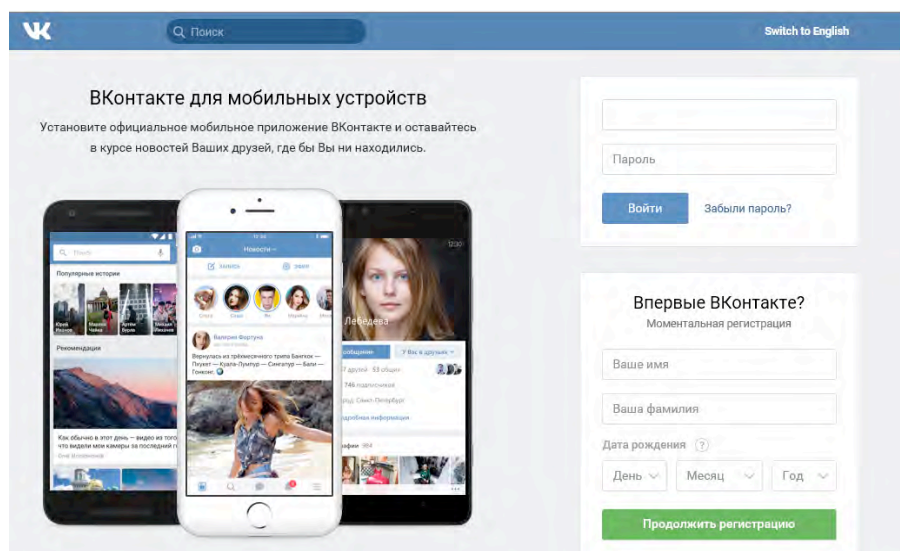
Во всех данных направлениях антинаркотической работы интернет-журналистики реализуются отмеченные выше функции, обеспечивающие ей поддержку государственной антинаркотической политики.

Рассмотрим освещение в СМИ проблемы наркомании на примере двух медиаресурсов.

Российское информационное агентство «РИА Новости» (ил. 1) и социальная сеть «ВКонтакте» (ил. 2) входят в состав двух параллельно функционирующих областей современной отечественной интернет-журналистики: профессиональной и непрофессиональной.



Ил. 1. Скриншот официального сайта RIA.RU



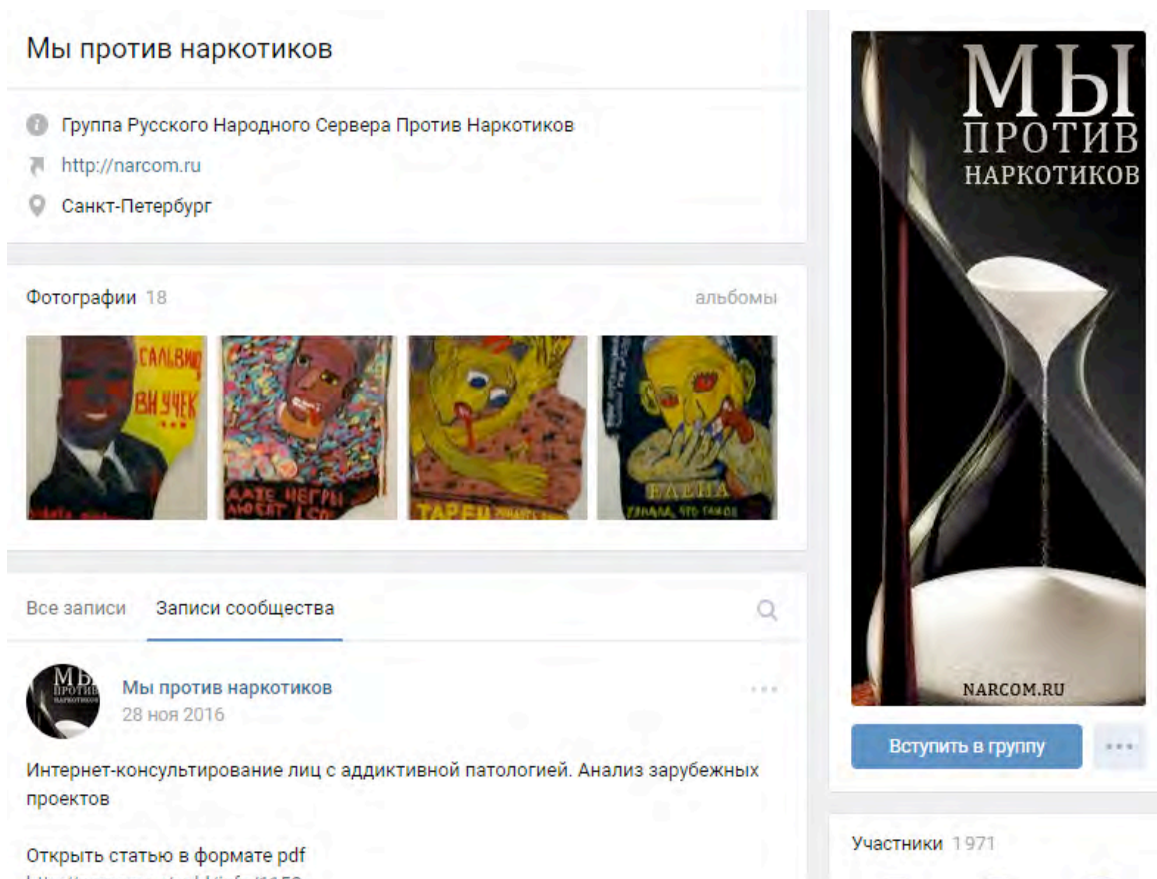
Ил. 2. Скриншот официального сайта «ВКонтакте»

Основным направлением антинаркотической работы «РИА Новости» (*Ria.ru*) является информирование населения о достижениях государственной антинаркотической политики, действиях властей и правоохранительных органов, препятствующих распространению наркотических веществ на территории страны. При этом обращает на себя внимание повышенная политизированность новостной информации, связанная с внешней, международной политикой России в отношении Украины. Начиная с возникновения политических и территориальных разногласий между Россией и Украиной, в отечественных СМИ, прежде всего официальных, государственных, настойчиво формируется крайне негативный образ Украины, провоцирующий различные негативные эмоции – от страха как перед возможной угрозой нарушения мира и спокойствия до презрения, насмешки и иронии. Данная установка явственно прослеживается и в освещении темы наркомании и наркозависимо-

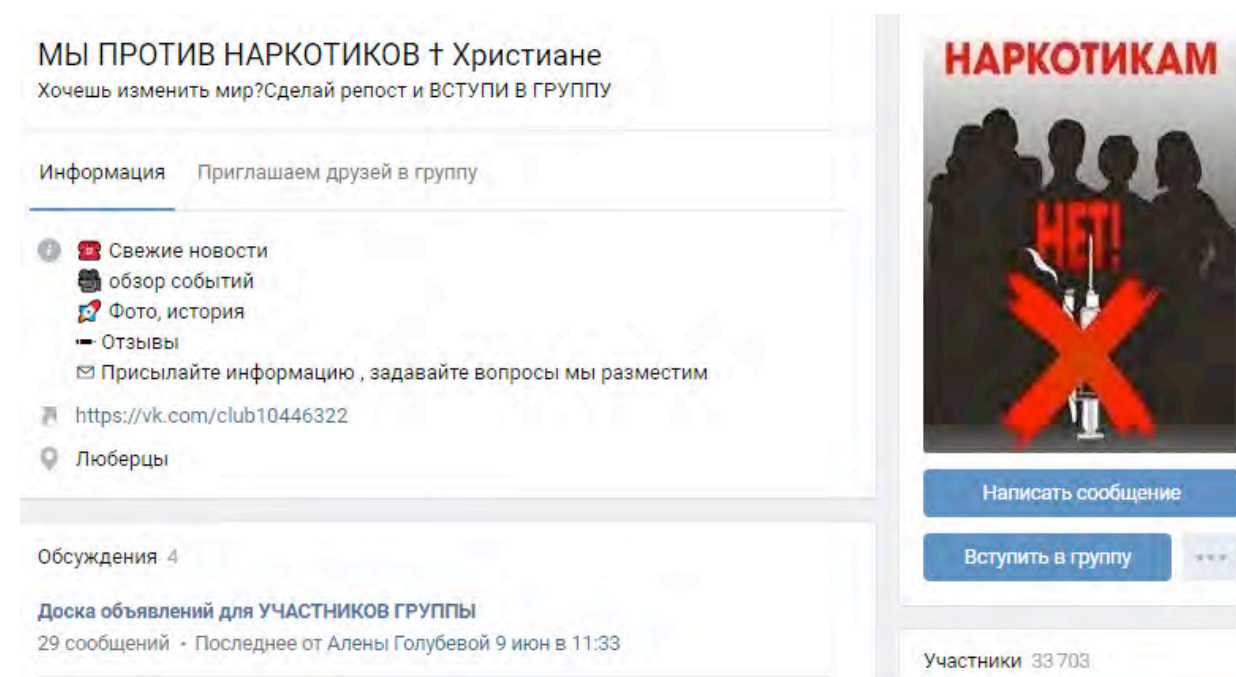
сти в стране, в частности, практически во всех материалах актуализируется тематический конструкт «распространение на территории России наркотических веществ гражданами Украины».

Второе менее выраженное направление антинаркотической работы «РИА Новости» – это информирование населения о научных достижениях в борьбе с наркозависимостью. Здесь можно выделить такой тематический конструкт, как «появление научных открытий, позволяющих сделать борьбу с наркозависимостью более эффективной».

Что касается социальной сети «ВКонтакте», то весьма показательным здесь является функционирование многочисленных групп, посвященных проблеме наркозависимости: «Мы против наркотиков» (https://vk.com/narcom_ru, ил. 3), группа с ярко выраженной религиозной направленностью «МЫ ПРОТИВ НАРКОТИКОВ†» (<https://vk.com/club1246814>, ил. 4) и др.



Ил. 3. Скриншот официальной группы «Мы против наркотиков»



Ил. 4. Скриншот официальной группы «МЫ ПРОТИВ НАРКОТИКОВ†»

Данных групп около тысячи, однако их отличает, как правило, небольшое число подписчиков и тематическая ограниченность материалов. Наиболее активно развивающееся здесь направление антинаркотической работы – *социальная реклама*, направленная на информирование широких масс населения о различных формах наркологической помощи. В данном случае мы выделили тематический конструкт *«предложение различного рода медицинской и психологической помощи людям, страдающим наркозависимостью»*, например: «Межрегиональная общественная организация "ГОРОД БЕЗ НАРКОТИКОВ". Бесплатная помощь при наркомании, алкогольной, солевой и спайсовой зависимости. Освободившимся из мест лишения свободы. Анонимно. Бесплатно. Возможна отправка в другие регионы РФ». Или: «В чем особенность православной программы реабилитации? Директор Центра индивидуальных программ реабилитации Национальной ассоциации реабилитационных центров, психолог Ирина Кутянова о современных методиках реабилитации и центрах, их практикующих».

Как видим, с различиями в общем характере репрезентируемой информации непосредственно связана специфика тематических конструктов материалов сайта *Ria.ru* и «ВКонтакте» о наркозависимости. Официальность и исчерпывающий характер предоставляемой «РИА Новости» информации как крупнейшего информационного агентства, функционирующего на территории России, обусловили достаточную широту охватываемых тематических направлений антинаркотической работы (информирование населения о достижениях государственной антинаркотической политики, действиях властей и правоохранительных органов, препятствующих распространению наркотических веществ на территории страны; информирование населения о научных достижениях в борьбе с наркозависимостью; информирование населения о последствиях приема наркотических веществ, в том числе и о преступлениях, с ними связанных) и, соответственно, разнообразие актуализированных

тематических конструктов, среди которых: 1) *«распространение на территории России наркотических веществ гражданами Украины»*; 2) *«ужесточение наказания за распространение наркотиков на территории РФ»*; 3) *«появление научных открытий, позволяющих сделать борьбу с наркозависимостью более эффективной»*; 4) *«бесчестность воинов украинской армии, употребляющих наркотики»*, являющихся еще и инструментом выражения позиции России в международных конфликтах. Наоборот, материалы социальной сети «ВКонтакте», предлагающей так называемый «гражданский контент», реализуют лишь одно направление – *социальная реклама* и вполне свойственный ему тематический конструкт *«предложение различного рода медицинской и психологической помощи людям, страдающим наркозависимостью»*.

Наркозависимость представляет собой физиологическую зависимость от опийных и им подобных веществ. И в научной литературе, и в публицистике нередко используется практически тождественный данному термин «наркомания», обозначающий заболевания, характеризующиеся непреодолимым влечением к употреблению в возрастающих дозах наркотиков в связи с возникающей по отношению к ним психической и физической зависимостью.

Решение проблем наркозависимости и наркомании требует целого комплекса слаженных мер в обществе (социальных, экономических, просветительских и т. д.), выполнение которых возлагается на различные общественные силы, в том числе на СМИ, способные существенным образом влиять на общественное сознание, формировать устойчивую неприязнь к употреблению наркотических веществ и в то же время прививать культуру здорового образа жизни. «Любому материалу на социально-политическую тему должен предшествовать кропотливый сбор фактов» [7, с. 16], только тогда материалы не будут вредить аудитории.

Данные функции реализуются во всех направлениях антинаркотической работы отечественных интернет-СМИ:

1) информирование населения о достижениях государственной антинаркотической политики, действиях властей и правоохранительных органов, препятствующих распространению наркотических веществ на территории страны;

2) информирование населения о научных достижениях в борьбе с наркозависимостью и последствиях приема наркотических веществ, в том числе и о преступлениях, с ними связанных;

3) социальная реклама, направленная на информирование широких масс населения о различных формах наркологической помощи;

4) анализ проблем наркомании и наркозависимости в современном российском обществе;

5) прямое обращение к различным структурам с целью обратить их внимание на проблему наркомании и наркозависимости, что осуществляется в том числе посредством таких механизмов влияния на общественность, как «спираль сигнификации», «конвергенция проблем», «автоматическая проблематизация», «категоризация» и «селективная типизация», нацеленных на формирование крайне негативного оценочного образа наркозависимости в обществе, негативного отношения к наркомании как к явлению, с которым нужно любыми путями бороться.

Литература

1. Анхимова, Р. В. Средства массовой информации как часть коммуникативной системы: понятие, функции и роль в обществе [Текст] / Р. В. Анхимова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 3-3. С. 464-468.
2. Барановский, Н. А. Социальная профилактика наркомании среди молодежи [Текст] / Н. А. Барановский // Социологический альманах. 2017. № 2. С. 33-39.
3. Батаева, А. Круглый стол «Борьба с наркоманией : что могут СМИ?» [Электронный ресурс] / А. Батаева. – Режим доступа: <http://www.greenlamp.spb.ru/2012/02/29> . – Загл. с экрана.
4. Большой психологический словарь терминов и понятий [Текст] / под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. М. : АСТ, 2009. 816 с.
5. Бычкова, А. М. Проблемы использования антинаркотического потенциала СМИ в современных условиях [Текст] / А. М. Бычкова // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. № 1. С. 30-34.
6. Дементьева, К. В. Актуальные проблемы современности и журналистика [Текст] / К. В. Дементьева. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. 212 с.
7. Дементьева, К. В. Информационная война и социальная ответственность журналистов [Текст] / К. В. Дементьева. // Журналистский ежегодник. 2014. № 3. С. 14-16.
8. Указ Президента РФ от 18. 10. 2007 N 1374 (ред. от 07. 12. 2016) «О дополнительных мерах по противодействию незаконному обороту наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров» (вместе с «Положением о Государственном антинаркотическом комитете», «Положением об антинаркотической комиссии в субъекте Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_71872/. – Загл. с экрана.
9. Указ Президента РФ от 09. 06. 2010 N 690 (ред. от 23. 02. 2018) «Об утверждении Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_101259/. – Загл. с экрана.

УДК 070(051)

С. Б. Юфкина

ЖУРНАЛ «ЖУРНАЛИСТ» КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ

В статье рассматривается журнал «Журналист» в контексте профессиональной прессы, его функции, проблемно-тематический диапазон медиатекстов, ценностные ориентиры аудитории. Автор приходит к выводу, что журнал «Журналист» является настольной книгой любого работника средств массовой информации, особенно полезен он работникам региональных средств массовой информации.

Ключевые слова: профессиональная пресса, СМИ, медиарынок, журнал «Журналист», анализ, типология, информация.

Svetlana B. Yufkina

JOURNAL "JOURNALIST" AS A PROFESSIONAL EDITION

The journal "Journalist" is considered in the context of the professional press, its functions, the problem-thematic range of media texts, the audience's value orientations. The author comes to the conclusion that the magazine "Journalist" is a reference book of any media worker, especially useful for employees of regional mass media.

Keywords: professional press, media, media market, Journalist, analysis, typology, information.

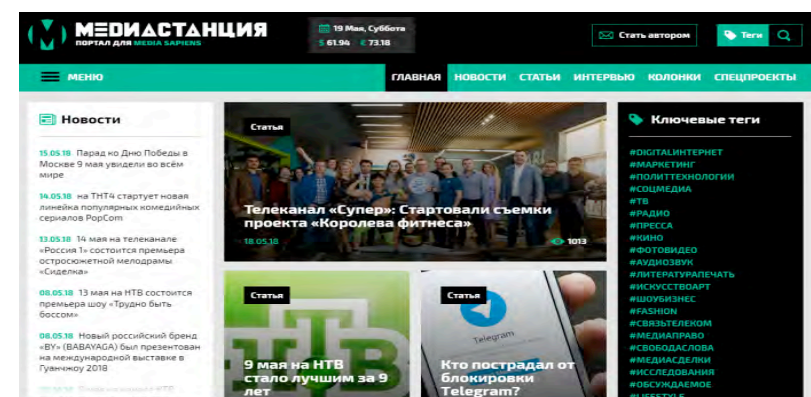
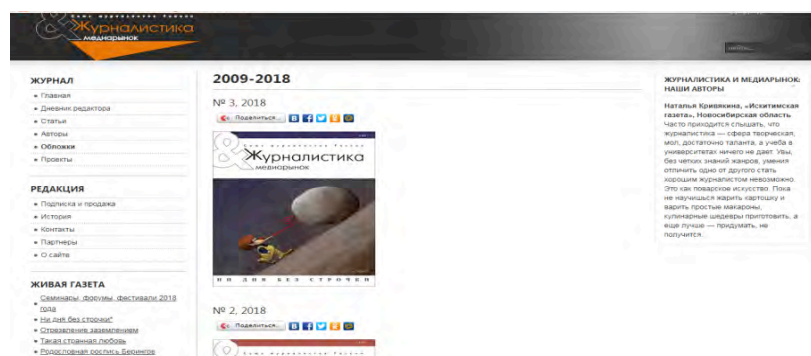
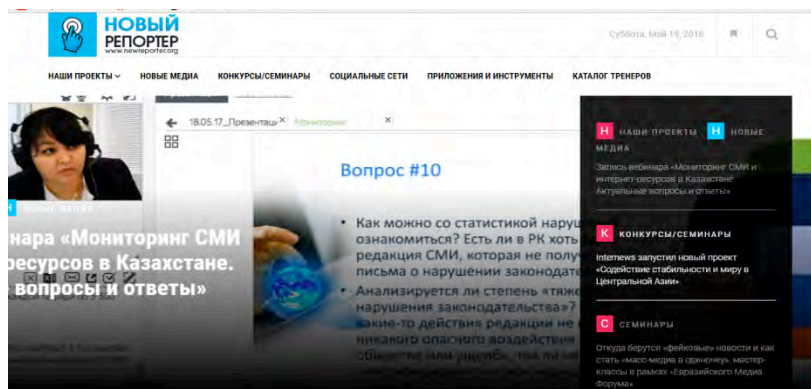
Сегодня российский медиарынок переживает период бурного развития. Сеть СМИ растет и «намного оперативнее и эффективнее обеспечивает формирование общественного мнения, чем другие каналы коммуникации» [1, с. 133]. Особый интерес представляют профессиональные издания, призванные объединять людей одной специальности, обеспечивать простор для обмена опытом, повышать престиж профессии. Журналистика в этом плане занимает нестандартное положение. С одной стороны, она призвана освещать все социальные сферы профессиональной жизни, а с другой – нуждается в самостоятельном профессиональном издании.

Профессиональная пресса для журналистов появилась в США. Одним из первых профессиональных изданий была газета «*American Journalist*» («Американский журналист»), которая издавалась в Филадельфии с 1872 года. На ее страницах печатались ежемесячные обзоры американской журналистики. В России старей-

шим профессиональным изданием для журналистов является журнал «Журналист», однако это не единственное издание для работников СМИ в нашей стране (ил. 1).

В мае 2003 года вышел в свет первый номер журнала «Журналистика и медиарынок». Тематическая палитра издания включала не только новости медиамира и советы работникам СМИ, но и вопросы конвергенции современных средств массовой коммуникации и взаимодействия информационных площадок на медиарынке.

«Медиастанция» (*Mediastancia.com*) – сетевое информационно-аналитическое издание, призванное отражать тенденции развития российского и мирового медиабизнеса. На портале представлен максимально разнообразный контент: новости, статьи, интервью, опросы. Колумнистами издания являются авторитетные работники СМИ, рекламных служб, ведущие психологи, маркетологи, социологи, писатели и публицисты.



Ил. 1. Профессиональные издания для журналистов

Другой интернет-ресурс «Журналистика данных» (*datadrivenjournalism.ru*) своей миссией считает создание качествен-

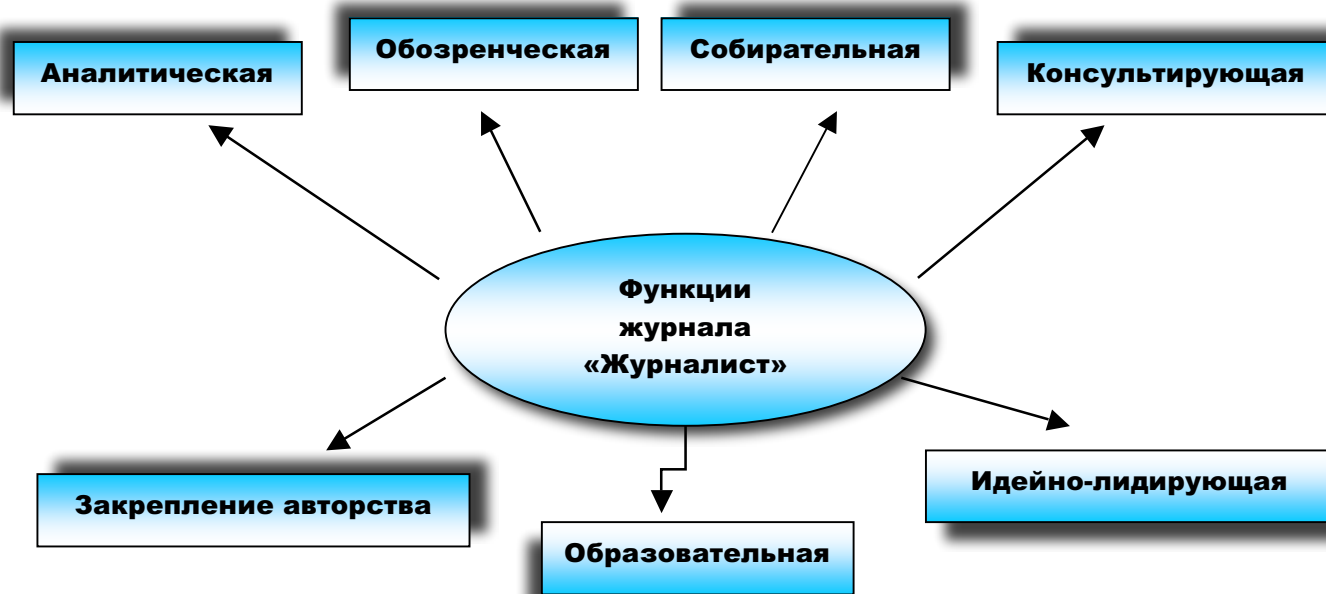
ного русскоязычного образовательного ресурса о работе с данными, в том числе о журналистике данных. На портале публи-

куются: подборки ссылок на полезные ресурсы; оригинальные и переводные инструкции по работе с данными и аналитическим инструментарием; обзоры действующих практик и методов; отчеты об опыте работы с данными в рамках различных проектов или мероприятий; интервью с ведущими мировыми специалистами в области журналистики данных.

Сайт «Новый репортер» – это интернет-журнал для медиаспециалистов. На площадке представлена информация о предстоящих семинарах и тренингах для журналистов, а также актуальные вакансии для работников СМИ. «Новый репортер» рассказывает о новых медиа, приложениях и инструментах для журналистов, проводит образовательные онлайн-вебинары и мастер-классы, на которых сообщает о новых формах работы на медиарынке.

Как мы видим, сегодня профессиональные издания для журналистов находятся на пике популярности, что объясняется востребованностью самой профессии. Благодаря процессу более узкой специализации медиабизнеса появляются и новые СМИ, которые рассказывают о каждой отрасли журналистики. Однако даже в условиях повышающейся конкуренции на медиарынке журнал «Журналист» остается наиболее универсальным и авторитетным профессиональным изданием для работников СМИ.

Журнал «Журналист» отличается от газеты объемом, способом подачи информации и пространственно-композиционным оформлением. Более долгий издательский цикл журнала уменьшает оперативность информации, но осуществляет более основательный подход к ней, из чего вытекают специфические функции издания (ил. 2).



Ил. 2. Функции журнала «Журналист»

Аналитическая функция является одной из ведущих, она определяет специфику информации, присущей данному виду издания. Например, в материале А. Сахановой «Ремесло делового журналиста. Бывший редактор петербургских "Ведомостей" Анна Щербакова о деловой журналистике» автор широко использует обобщения,

делает самостоятельные выводы. «Закрытие петербургского бюро газеты "Ведомости" объясняется экономическими причинами. Платная подписка, платный доступ на сайт, мало рекламы и дорогое производство» [3].

В этом плане показателен материал А. Мирошниченко «"Форбс" закрывает раздел мнений». Уже в лидирующем аб-

заце автор демонстрирует свою точку зрения на вопрос: «Отказался ли журнал от журналистики мнений в пользу журналистики факта? Не факт» [3].

Согласно *обозренческой* функции, журнал обязан предоставлять аудитории полное и всестороннее рассмотрение информации, касающейся тематической ниши издания. Например, в материале «Семь советов студенту-фрилансеру» учитываются все факторы деятельности:

– компетентность: «Определите свой круг знаний. Каждая тематическая ниша нуждается в авторах. Поймите, в чем вы разбираетесь, и придерживайтесь этой темы»;

– время: «Скорее всего вам нужен фриланс именно потому, что вы не можете работать по сменному графику. Подумайте, сколько времени вы тратите написание какого-нибудь учебного документа. Это поможет вам оценить, как быстро вы сумеете справиться с полноценной фрилансовой работой»;

– объем нагрузки: «Выберите несколько работодателей и определите, что

они от вас хотят и в каком объеме (в неделю). Сосредоточьтесь на самом долгосрочном варианте. Когда вы привыкнете к занятости, добавьте в недельный план еще»; мотивация «После выпуска вы сможете приступить к работе по специальности. Тогда придется сбавить обороты с фрилансом. Но если вы хотите заниматься этим и дальше, создайте собственный сайт – и стройте карьеру» [3].

В материале «Сойти за своего: как писать от лица своей аудитории» [3] освещаются все основные моменты по созданию удачной рекламы продукта: зачем это нужно, когда можно применять метод, как собрать портрет целевой аудитории, какую аргументацию использовать.

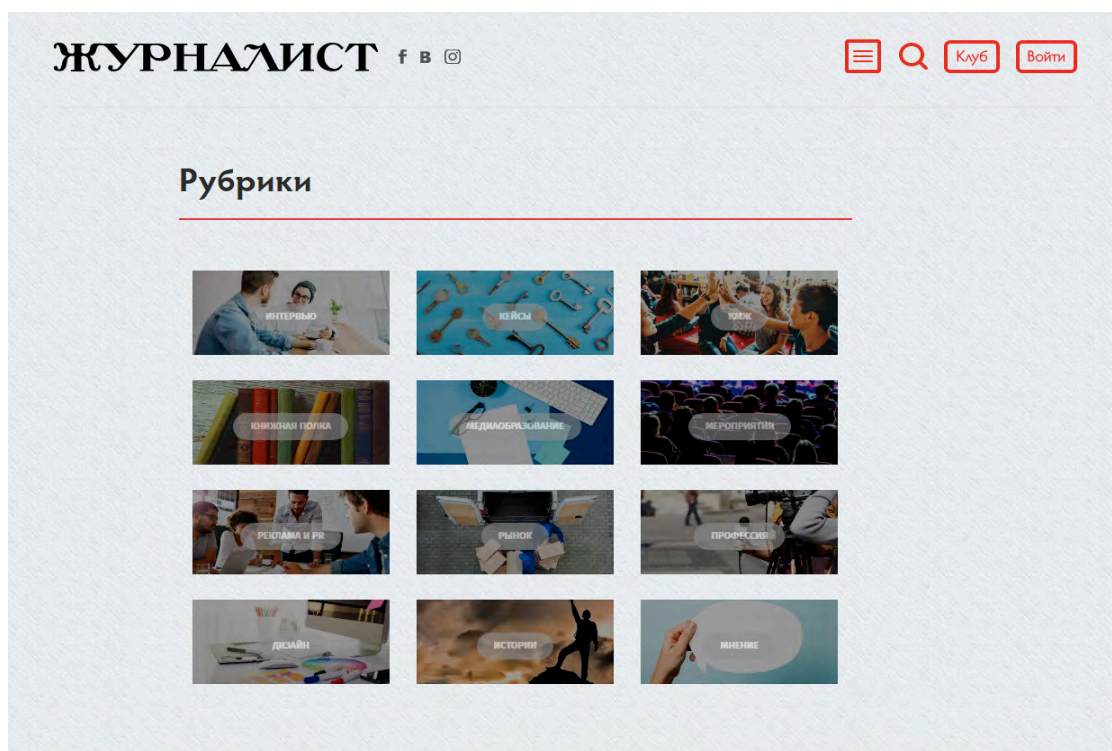
Практически во всех материалах журнала «Журналист» реализуется функция *закрепления авторства*. Под аналитическими авторскими материалами издания ставится имя журналиста. Кроме этого, как видно из *ил. 3*, с журналом сотрудничают его постоянные колумнисты.



Ил. 3. Постоянные колумнисты журнала «Журналист»

На страницах журнала «Журналист» реализуется *сборительная* функция. Любой журнал является своего рода сборником информации по своей тематике. Особенно это касается узкопрофильных печатных изданий. «Журналист» аккумули-

рует в своих рубриках материалы по различным направлениям журналистики. Согласно *ил. 4*, издание имеет следующие рубрики: «Книжная полка», «Рынок», «Медиа», «Профессия» и др.



Ил. 4. Рубрики журнала «Журналист»

Журнал «Журналист» ввиду своей специфической профессиональной направленности выполняет *консультирующую* функцию. В его материалах содержатся советы и рекомендации журналистам и работникам средств массовой коммуникации. Например, материал Ю. Трубникова «Как снять ученого» [3] или статья «Как журналисту общаться с пиарщиками» [3].

Любое узкоспециализированное издание должно выполнять *идейно-лидирующую* функцию. Профессиональное издание должно быть флагманом в тематической сфере своей работы, в избранном направлении, или хотя бы стремиться к лидирующим позициям. Журнал «Журналист» – это единственное в нашей стране профессиональное издание, на страницах которого освещаются все грани работы всех видов средств массовой информации. Издание является монополистом, а значит – непосредственным лидером в данном типологическом сегменте профессиональной прессы нашей страны.

Журнал «Журналист» выполняет и *образовательную* функцию. Являясь авторитетным изданием для молодых журналистов, он учит их правильно излагать ма-

териал и представлять текст. В рубрике «КМЖ» («Клуб молодого журналиста») редактор анализирует текст молодого автора, объясняет и исправляет ошибки.

Рассмотрим материал «Дождь и немного смешно. Суровый разбор текста». *Мнение редактора:* В результате все скомкано и перепутано. Отдельно заметим, что противопоставление "не в смысле, а в плане" выглядит малограмотно» [3]. В конце разбора редактор обязательно оставляет свое заключение. «Скажем прямо: прогноз погоды, в котором сухой язык цифр перемешан с плоскими остротами, – худшее, что может себе позволить автор. Есть немало вопросов и к редактору. Чем продиктована необходимость публиковать полуграмотные, сделанные наспех прогнозы? Существуют ли замеры, подтверждающие, что именно такой подход к материалу в конечном итоге увеличивает количество его просмотров? И если да, то можно ли с ними ознакомиться?» [3].

Направление деятельности издания, т. е. его информационная политика формируют лицо издания, его визитную карточку. Особую роль при этом играют жанры и тематика материалов.

Информационно-новостные жанры в издании, в основном, представлены заметками. Например, материал «Газета всегда заряжена: "Российская газета" запускает рекламную информационную кампанию» [3].

Информационно-аналитическая жанровая группа в «Журналисте» представлена корреспонденциями. Это иллюстрируют материалы «Почему мы все еще пользуемся электронной почтой?» за 10 ноября 2017 [3] или «Новые спортивные СМИ – враги газет» [3]. В этих корреспонденциях не только освещаются, но и анализируются факты, авторское мнение подкрепляется статистикой, цитатами и ссылками на другие источники.

Интерактивные жанры в журнале представлены интервью с известными российскими журналистами и работниками средств массовой коммуникации. Специфические особенности журнала «Журналист» диктуют интервью с определенными респондентами – медийными личностями, имеющими отношение к СМИ. Например, «Как журналисту общаться с пиарщиками. Опыт экс-обозревателя "Коммерсантъ" и гендиректора PR-агентства "Storyloft"» [3] или интервью с руководителем «Радио России – Санкт-Петербург» «Это как рас-

писание поездов: если программа не выйдет вовремя, то столкнется с другой в эфире» [3].

Художественно-публицистические жанры также занимают свое место в журнале «Журналист». Они в основном представлены жанром эссе. Например, эссе Владимира Снегирева «Спаси рядового корреспондента» [3] или материал Василия Гатова «Медиа, город и горожане. История и современность» [3].

Региональный фактор распространения СМИ является одной из ключевых характеристик, определяющих качественные и количественные показатели региональной журналистики. Политические, экономические, социокультурные, идеологические факторы регулируют развитие региональных изданий, а непосредственно эти факторы формирует сама региональная аудитория. Ограниченная численность населения, но вместе с тем и увеличивающееся количество региональных изданий, обостряют конкуренцию на рынке местной прессы. В данной статье рассмотрим практические методы формирования ценностных ориентиров региональной аудитории журнала «Журналист», т. е. региональных средств массовой информации (ил. 5).



Ил. 5. Методы формирования ценностных ориентиров региональной аудитории журнала «Журналист»

Следует сказать, что, несмотря на ряд преимуществ районных изданий, главный недостаток региональной прессы – дефицит технических и профессиональных ресурсов по сравнению с федеральными СМИ. Региональное издание не может себе позволить большой тираж, дорогостоящую полиграфию, узкопрофильных специалистов и т. д. Поэтому федеральная пресса выступает неким образцом и идеалом журналистского творчества для региональных СМИ. В этом и заключается метод *федерального уровня издания*.

Первое, что видит читатель, когда знакомится с тем или иным изданием – это заголовки материалов. Заголовочный комплекс играет значимую роль в восприятии публикации. С одной стороны, он является полноправным компонентом текста, который входит в его состав и связан с другими элементами публикации, а с другой – заголовки призваны возбуждать эмоциональный интерес у читателя и привлекать его внимание. Поэтому часто «журналисты создают заголовки, включающие в себя элементы языковой игры и аллюзии» [4, с. 122].

Практикой закреплены основные функции заголовка:

1. Суть контактной функции заключается в установлении контакта с читателем, нахождении с ним общего языка. Она рассчитана на привлечение внимания. Исходя из этого, заголовок должен быть ярким, «цепляющим», доверительным по своему тону. Например, интервью с научным журналистом Роналдом Фелдхаузом называется «Вероятное неочевидное» [3] или материал о функциях фотографий в тексте имеет заголовок «Серая простыня, черные пальцы» [3].

2. Однако контактная функция не должна противоречить информационной функции. Первое место занимает не яркость и броскость, а информативность. Например, статья о коммерческих журналистах называется «Настоящий бизнес в журналистику так и не пришел» [3] или анонс конкурса журналистов назван «Ми-

ровой чемпионат по журналистике состоится 26 октября» [3]. Умение соблюсти баланс между контактом с читателями и информативностью заголовка и определяет метод *эффективных заголовков*.

На страницах «Журналиста» широко распространены так называемые статьи-советы, консультирующие аудиторию по тем или иным вопросам: «Как найти работу, если ты журналист» [3], «Восемь правил выживания для региональных изданий» [3], «Инструменты для газетного дизайна от Сергея Мешавика» [3].

Еще одним популярным жанром издания являются различные топ-листы: «Топ-30 СМИ: интегральный рейтинг цитируемости» [3], «Топ-21 полезных советов лучших американских корреспондентов» [3]. Таким образом, специфические жанровые формы публикаций определяют метод *рекомендательного характера текстов* журнала «Журналист».

Как известно, графические символы являются идентификаторами издания. Они помогают читателям лучше ориентироваться в материале и представляют собой некие «подсказки-путеводители». Каждая публикация в «Журналисте» имеет визуальное дополнение (*ил. б*).

Таким образом, журнал «Журналист» активно использует метод *визуальной выразительности*.

Кроме внешней выразительности, издание известно сильным авторским коллективом. С журналом сотрудничают ведущие публицисты, медиакритики, педагоги, психологи, социологи и политологи. Они публикуют материалы разной жанровой и тематической палитры, охватывая все грани журналистского творчества. Их квалификация и опыт работы не оставляет сомнений в достоверности и точности информации, к их советам и мнениям прислушиваются как региональные, так и федеральные журналисты. В этом и заключается метод *профессионального авторитета*.

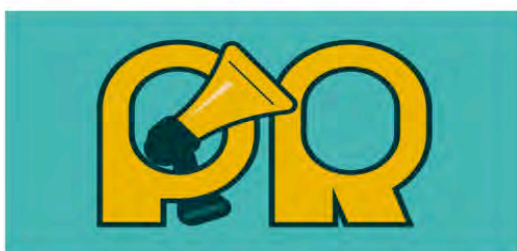
Новый класс медиа: между независимой журналистикой и боевым листком

Тема: корпоративные СМИ



О корпоративных медиа — Дмитрий Крюков для Pressfeed

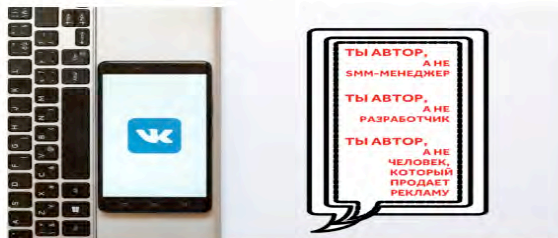
5 признаков «нового» пиарщика



Совладелец PR-агентства AG Loyalty Наталья Максвелл-Джексон для Pressfeed о том, как изменились PR-технологии и каков он — пиарщик будущего

8000 слов о рекомендациях ВКонтакте

Текст: Александр Амин, медиаэксперт, создатель Мы и Жо (themedia.center)



Реальная жизнь (а не ерунда)

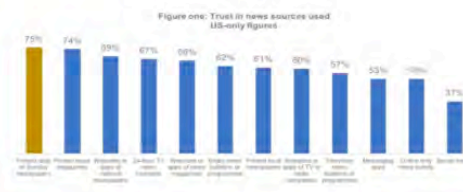
Текст: Дмитрий Лисовский



Подборка лучших региональных статей по версии ЖУРНАЛИСТА

Из всех медиа публика больше всего доверяет прессе

Текст: Андрей Мирошниченко, медиаэксперт



Фейк-нюс укрепили доверие к газетам, как сообщает одно исследование (а другое: сообщает, что нет)

Ил. 6. Метод визуальной выразительности журнала «Журналист»

С профессиональным авторитетом авторов связан и метод *убедительной аргументации*. В практике СМИ закреплены наиболее эффективные виды аргументации:

1. Аргументация от факта. Например, материал Андрея Мирошниченко [3], в котором освещается факт того, что социальную сеть «Фейсбук» отключат на месяц. Как мы видим, текст основан исключительно на факте действительности, излагаемом журналистом.

2. Аргументация от правовой нормы. Например, материал «Шесть лет тюрьмы за фейк-нюс», в котором изложение построено на ссылке из официального источника: «Антифейковый закон, принятый в

Малайзии в апреле, предусматривает наказание сроком до шести лет для тех, кто создает, распространяет, печатает или публикует иным образом новости или информацию, содержащие фейк-нюс. Предусмотрен также штраф до 128 тысяч долларов» [3].

3. Аргументация от общечеловеческих принципов жизни. Например, материал «Мужские издания ищут новую тональность», в котором рассматриваются общечеловеческие принципы жизни: «Другие журналы освещают темы отцовства, семьи, фитнеса, психического здоровья...» [3].

4. Аргументация от коллективного интереса. Например, материал «Сделано в Китае», в котором аргументация идет не от конкретной личности, а от целого коллектива: «Однако в том же заявлении коллектив редакции неожиданно отметил, что первым стратегическим решением *Alibaba* в качестве будущего владельца *South "China Morning Post"* будет отмена платного доступа» [3].

5. Аргументация от уровня компетентности. Например, материал «Журналистов любить не надо», в котором используется авторитет Владимира Познера как признанного журналиста-профессионала: «Владимир Познер считает, что журналистов любить не надо. Они пишут и говорят о вещах неприятных» [3].

6. Аргументация от личной убежденности. Например, материал «Рома Бордунов: "Для любого журналиста личный бренд – это подушка безопасности"», в котором достаточно известный в журналистских кругах респондент опирается на свое личное мнение: «Сейчас я смотрю на журналистику в целом и понимаю, что она приближается к месту ниже поясицы, так что мысли о создании собственного проекта пока оставил» [3].

Профессиональная пресса характеризуется наиболее требовательной аудиторией. Ее читателями являются специали-

сты, которым нужно предоставлять не только актуальную информацию, но и практические рекомендации и аналитические материалы относительно профессиональной деятельности. Поэтому профессиональное периодическое издание должно выступать флагманом в данной области, содержащим ценные сведения и быть готовым ответить на любой вопрос своей аудитории.

Благодаря актуальным темам материалов, грамотным текстам и привлекательному дизайну журнал «Журналист» является настольной книгой любого работника средств массовой информации. И если говорить о том, что «неодинаковое распределение информации, ее неравная доступность может явиться причиной того, что одни люди получают информационное превосходство перед другими» [2, с. 28], то журналисты, читающие профессиональную периодику, получают, в свою очередь, информационную превосходство перед работниками СМИ, не обращающимися к подобным изданиям. Исходя из этого, «Журналист» выступает плодородной почвой для профессионального роста молодых журналистов и советником опытных медиаспециалистов. Поэтому региональные издания обязательно должны знакомиться с материалами журнала и следовать его рекомендациям.

Литература

1. Вильчинская-Бутенко, М. Э. Культура корпоративного досуга / М. Э. Вильчинская-Бутенко // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 6 (62). С. 129-133.
2. Дементьева, К. В. Роль региональной прессы в трансформирующемся социуме // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2015. № 4. С. 28-33.
3. Журнал «Журналист» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jrnlst.ru/>. – Загл. с экрана.
4. Матасова, О. В. Гендерный аспект профессиональных наименований (на материале языка французских и немецких СМИ) / О. В. Матасова, Е. А. Семухина // Наука и общество. 2018. № 1 (30). С. 122-128.

НАШИ АВТОРЫ

Аверина Людмила Владимировна аспирант, старший преподаватель Alv94@ya.ru	Самарский государственный экономический университет 443090, Россия, Самара, ул. Советской Армии, д. 141 Самарский государственный технический университет 443100, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 244
Алешина Дарья Александровна кандидат технических наук, доцент kiparis3001@yandex.ru	Ивановский государственный политехнический университет 153000, Россия, г. Иваново, Шереметевский пр., д. 21
Гончарова Мария Сергеевна магистрант malingerer31@yahoo.com	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Горелова Ирина Валерьевна кандидат экономических наук, доцент gorelovairina0606@gmail.com	Волгоградский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации 400131, Российская Федерация, г. Волгоград, ул. Гагарина, 8
Грачков Всеволод Андреевич бакалавр gordon.breid@mail.ru	Ивановский государственный политехнический университет 153000, Россия, г. Иваново, Шереметевский пр., д. 21
Дементьева Ксения Владимировна кандидат филологических наук, доцент dementievakv@gmail.com	Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва 430005, Россия, Саранск, ул. Большевикская, д. 68
Добкина Мария Юрьевна студентка mari.dobkina@inbox.ru	Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва 430005, Россия, Саранск, ул. Большевикская, д. 68
Жикина Ольга Витальевна кандидат экономических наук, доцент ovzhikina@gmail.com	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Корочкова Светлана Александровна кандидат филологических наук korsal@yandex.ru	Высшая школа печати и медиатехнологий Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна 191180, Санкт-Петербург, пер. Джамбула, 13

Кошкина Ольга Юрьевна кандидат искусствоведения olga_koshkina@bk.ru	Санкт-Петербургский Союз художников 190000, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 38
Кузьмина Марина Анатольевна пресс-секретарь the.marina.kuzmina@gmail.com	Мордовский Республиканский Молодежный Центр, Отдел развития молодёжного предпринимательства 430000, г. Саранск, Большевикская, д. 33
Лисицкая Елена магистрант malingerer31@yahoo.com	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Макаренко Евгений Александрович кандидат экономических наук, доцент ss300@yandex.ru	Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения 190000, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 67
Рахимова Алина Камильевна магистрант alinka_bobjorchik@mail.ru	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Савина Наталья Викторовна кандидат педагогических наук, доцент nvsavina2015@mail.ru	Омский государственный педагогический университет, 644099, Россия, Омск, набережная Тухачевского, д. 14
Стариков Сергей Андреевич магистрант araveyn@gmail.com	Ивановский государственный политехнический университет 153000, Россия, г. Иваново, Шереметевский пр., д. 21
Соловьева Татьяна Сергеевна научный сотрудник solo_86@list.ru	Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук» 160014, Россия, Вологда, ул. Горького, д. 56а
Тарасова Юлия Владимировна копирайтер tarasova-uv011996@mail.ru	Digital-агентство ООО УК «Нектарин» Россия, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Полежаева, 32А
Третьякова Елена Петровна кандидат технических наук, доцент helenT89@yandex.ru	Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет) 454080, Россия, г. Челябинск, пр. Ленина, 76
Юфкина Светлана Борисовна редактор yufkina.sveta@mail.ru	Национальная библиотека им. А.С. Пушкина 430000, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Богдана Хмельницкого, 26.
Якуничева Елена Николаевна кандидат технических наук, доцент jhelena@mail.ru	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18

ТРУДЫ
ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

2018 • Том 3

Статьи публикуются в авторской редакции

Оригинал-макет М. Э. Вильчинская-Бутенко, Е. Г. Шемшуренко

Научное электронное издание сетевого распространения

Системные требования:
электронное устройство с программным обеспечением
для воспроизведения файлов формата PDF

Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2018371/18. – Загл. с экрана.

Дата подписания к использованию 18.06.2018 г. Рег. No 371/18
ФГБОУВО «СПбГУПТД»
Юридический и почтовый адрес:
191186, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, 18.
<http://sutd.ru/>