

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет»  
Физико-технический факультет  
Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии  
Научное студенческое общество АлтГУ

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО  
В АСПЕКТЕ ГУМАНИТАРНЫХ  
И ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК – 2014**

Материалы III междисциплинарной  
межвузовской конференции  
студентов, магистрантов и аспирантов

Барнаул 2014

**ББК 60.521.2**  
**И 741**

***Редакционная коллегия:***

В.В. Белозерских (редактор) – зам. декана физико-технического факультета, старший преподаватель кафедры вычислительной техники и электроники;

О.А. Скубач (редактор) – зам. декана факультета массовых коммуникаций филологии и психологии, канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка, литературы и речевой коммуникации;

А.О. Коваленко (составитель) – консультант; корреспондент ИД «Алтапресс».

***Ответственный за выпуск:***

А.В. Черенкова – начальник отдела организации НИРС АлтГУ.

Информационное пространство в аспекте гуманитарных и технических наук – 2014 / Материалы междисциплинарной межвузовской конференции студентов, магистрантов и аспирантов. – Барнаул., 2014. – 102 с.

В сборник включены статьи участников III междисциплинарной межвузовской конференции студентов, магистрантов и аспирантов «Информационное пространство в аспекте гуманитарных и технических наук – 2014» (Барнаул, Алтайский государственный университет, 25 ноября 2014 года). Рассматриваются актуальные тенденции информационного пространства, проблемы интернет-безопасности, воздействия глобализации, медиатизации, информатизации на развитие и формирование личности, общества.

ISBN 00-00-00

Оформление ООО «Алтай-Циклон»

Сборник издан в рамках Программы развития деятельности студенческих объединений ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет» на 2014 г.

© ФГБОУ ВПО Алтайский государственный университет

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО: ЭПОХА ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН (ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ, СРЕДСТВА И МЕТОДЫ)

- Белозерских Л.В.* Киберпространство: бойцы информационных войн 5
- Бровко С.В.* Обработка фотоплетизмограммы для оценки достоверности сообщенной информации 10
- Казанцев Д.А.* Человек в информационном обществе: сравнительный анализ демократических и авторитарных режимов 13
- Ладыгин П.С.* Информационная разведка: технология пассивного мониторинга и перехвата данных wi-fi-сетей 20
- Манзюк К.Ю.* Генерация пакетов с произвольным содержимым 26
- Пономарьков С.М., Сушков И.В.* Wi-fi роутер как средство вторжения в корпоративную сеть 29
- Присада С.К.* Разработка модели нарушителя для внедрения byod-технологий 31
- Столярова К.Н.* Информационное пространство русской православной церкви 37

### ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО И ЛИЧНОСТЬ В УСЛОВИЯХ МЕДИАТИЗАЦИИ (ЯЗЫКОВЫЕ, ФИЛОСОФСКИЕ, КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ, ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ)

- Андреев Д.П.* Прогностическая функция исторического сознания как механизм оперирования человеком в увеличивающемся потоке культурной информации 42
- Дерендяева А.Д.* Медиатизация как способ формирования образа политических лидеров (на примере алтайского края) 47

**Медведев С.А.** Изменение отношений между автором и читателем в интернет-коммуникации (на материале текстов интернет-рецензии)

53

<b>Медведева Я.В.</b> Черты российской киберспортивной журналистики .....	58
<b>Мурзинцев С.В</b> Виртуальная реальность как средство познания социального бытия.....	62
<b>Николаенко А.С.</b> Феномен моды в современном информационном пространстве.....	66
<b>Самодурова Е.В.</b> Регуляция межэтнических взаимоотношений в современном обществе через медиaprостранство региона (на примере алтайского края).....	69
<b>Фадеева А.А.</b> СМИ как источник обогащения лексического состава русского языка. Неологизмы.....	73
<b>Шукин С.А</b> Проблема соотношения историчности и пространства языка.....	78
<b>Кисилева П.Е.</b> Коммуникации в сфере фитнес – индустрии на примере k2 sport.....	84
<b>Родочинская Е.К.</b> Геополитические евразийские уклоны региональной прессы конца хх – начала ххi вв.....	90
<b>Хмарова В.А.</b> Краудфандинг в киноиндустрии.....	95
<b>Шипилов И.Н.</b> Естествознание о сущности информации. Возможности и проблемы информационной цивилизации.....	98

# **ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО: ЭПОХА ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН (ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ, СРЕДСТВА И МЕТОДЫ)**

## **КИБЕРПРОСТРАНСТВО: БОЙЦЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН**

*Л.В. Белозерских*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций,  
филологии и политологии, 3к.

Научный руководитель – *В.Д. Мансурова*, доктор филос. наук,  
профессор

Теоретическое осмысление проблематики информационных войн началось в девяностые годы. Первой структурой, попытавшейся понять суть информационной среды, принято считать американский Авиационный университет.

В системе корпорации ВВС велись разработки на тему – какой может быть война 2025 г. (и последующих лет), для ответа на этот вопрос людям пришлось оторваться в своем мышлении от того, какими будут технологии оружия в будущем, и начать думать о принципиально новых сферах воздействия на умы человечества. Таким образом, появилась среда с прямым или косвенным дополнением физического мира цифровыми данными в режиме реального времени при помощи компьютерных устройств, именуемая дополненной реальностью [1].

Идеи дополненной реальности придуманы инженерами, но экстраполированы и взяты на вооружение информационными технологами. В действительности все анализируют не реальность, а то, что в ней было изменено, и пока внимание направлено на изменения, реальность может снова трансформироваться [2]. Парадоксальность этого явления пугает обывателя, но вместе с испугом приходит ощущение того, что в эпицентре всеобщего внимания находится не сама реальность, а то, что из нее производят для других целей. Это наблюдение акцентирует: реальности как таковой не существует. Зато есть ее адепт.

Мир при всем многообразии подчиняется единым законам. Технари и гуманитарии неотделимы друг от друга. И, если первые создают условия для инкапсулирования виртуальных объектов в реальность, то вторые активно продвигают это изобретение в массы. При

возникновении точек бифуркации, количество новых вероятных состояний стремится к бесконечности [3].

В глазах разных людей и социальных групп реальность часто поляризуется, что приводит к возникновению многополярного общества. Под влиянием информационного воздействия, мнение человека о событии в короткое время может измениться диаметрально противоположно [4]. В связи с этим беспрепятственно развиваются протестные движения, устраиваются цветные революции, меняются идеалы, искажаются традиционные ценности человечества. Метаморфозы в социуме порождают изменения личности и душевного равновесия, сущность мышления человека, его аксиологические представления. «У используемых нами технологий есть последствия, которые мы не можем предвидеть, – сказал как-то Винт Сёрф, вице-президент и главный интернет-евангелист в Google, также известный как один изобретателей интернета. – Мы на пороге эпохи, в которой раньше никогда не были. Информационный взрыв имеет место уже давно, но пока у нас не было серьёзных возможностей по его обработке» [5].

Информационное пространство занимает огромное место в человеческой жизни. С каждым днем потоки информации увеличиваются, скорость порождения и преобразования информации все время растет [6]. И в таком режиме человеку сложно отличить реальную и искаженную действительность. При появлении новостей на экранах реципиенты не понимают во что верить и воспринимают навязанное мнение за абсолютную истину. Потребителей не смущает одинаковый видеоряд, но разный текст новостных лент, преднамеренное акцентирование на выгодных деталях, псевдоплюрализм мнений, превалирование развлекательных способов подачи над научными и официально-деловыми стилями. Так, на саммите АТЭС помимо серьезных вопросов обсуждались темы, которые можно как следует посмаковать [7].

Средства массовой информации всего мира приписали Владимиру Владимировичу Путину флирт с первой леди Китайской народной республики. Если рассмотреть поведение президента Российской Федерации, то можно заключить, что он повел себя как настоящий джентльмен: увидев, что женщина замерзла, он поспешил оказать заботу - укрыть пледом. Первая леди Китая улыбнулась, поблагодарила его и села на свое место, но спустя несколько секунд отдала накидку помощникам и надела пальто. «Первым негласным правилом дипломатии могло бы стать «Не заигрывай с женой президента», но недавно разведенный президент России Владимир Путин, похоже, забыл об этом», - говорится в статье Foreign Policy. [8]

Новые социальные медиа также принесли новый тип читателя и автора. Новая эпоха задала новых персонажей для любви и ненависти. Эмоции стали искусственными и прогнозируемыми. Потому что эмоции стали коммерческим продуктом, на котором базируется не только кино и литература, но и собиратели лайков в интернете. Это – принципиально новый тип информационной работы, который напоминает холодную войну[9]. Роль каждого из дополненной медиасреды – виртуализация отношений, образов, предание им особых окрасок, создание искусственных жизней, заполнение пространства клонами, виртуальными людьми. Так, совсем недавно телеведущая Ксения Собчак открылась от своей страницы в соцсети ВКонтакте, помеченной до этого как официальная. Её заявление разоблало целую серию страниц звёзд, занимающихся рекламой малоизвестного футбольного клуба, постельным бельем от Стаса Михайлова, распродажей бывших айфонов звезд. Фейки создаются специально для компрометирующей деятельности, общественного резонанса, рекламы. Социальные сети поощряют создание подделки. Искусственная жизнь становится нормой для общества [10].

Информационная жизнь дополняется поступками фейка, его фотографиями, личными записями, временем. Часто складывается такое ощущение, что настоящий человек и человек компьютерный – это совершенно разные формы жизни. Нашим будущим потомкам сложно будет разобраться, что есть их предки. Бесконечная лента статусов – цитат других людей или же свои блоги – это и есть мировоззрение людей 21 века. Аудиозаписи и реп-треки – это и есть музыка 21 века. Разрисованная стена в Одноклассниках и в ВКонтакте – это и есть искусство. Жизнь скифов наше поколение изучало по курганам, нашим потомкам будет нелегкая задача вычислить истинное лицо современных людей.

Увы и ах, реальность активно занимается созданием виртуальных людей – киборгов, искусственных порождений враждебных реальности [11]. Их цель: само существование противника. Движение в направлении замещения виртуальным образом реального прародителя основывается на практически бесконечных вычислительных возможностях информационных систем и громадных объемах хранимой информации. Одновременно в виртуальном мире живут образы прародителя различных возрастов, физического состояния, когнитивного развития. Все эти неисчерпаемые ресурсы позволяют синтезировать киберклонов, как алхимик из пробирки гомункулов.

Дополненная реальность создаёт информационного гомункула. А создание информационных гомункулов порождает сферу их

существования – киберпространство на смеси реального и виртуального - бытия и дополненной реальности. Человеческий мир извращается тем больше, чем меньше человек контролирует мир, и чем больше он доверяет информационным технологиям.

К примеру, в 2012 году были разработаны очки дополненной реальности Glass, которые являются автономным носимым устройством, управляемым посредством голоса и жестов. Тестирование Glass началось в 2012 году, а релиз первых устройств, предназначенных для разработчиков программного обеспечения, состоялся в 2013 году. Этот же год должен стать годом релиза потребительской версии устройства, и да, в 2014 году Мировой рынок заполнен дополненной реальностью с игровыми, автомобильными, медицинскими, рекламными, оборонительными, образовательными и геолокационными приложениями, цена удовольствия к 2016 вырастет до \$5 155,92 миллиона. Поэтому люди с удовольствием совершают покупки сегодня [12]. Так Стив Манн пишет статью на ARNEXT: «Это было в 2004 году: я проснулся рано утром от грохота, выбежал на улицу и увидел, что автомобиль разбил угол моего дома. Я подошёл к нему, чтобы поговорить с водителем, тот сдал назад и помчался, сбив меня и переехав мою правую ногу, пока я лежал на земле. Когда на меня наехали, на мне была система компьютерного зрения, которая, по моему разумению, должна была предоставить мне лучшее представление об окружающем мире. Удар и падение привели к перелому ноги и поломке моей натальной компьютерной системы, которая обычно перезаписывает данные в буферах памяти и не ведёт постоянную съёмку. Однако одним из результатов ущерба стало сохранение в памяти фотографий номера лицензии на вождение и самого водителя, который позже был найден и арестован благодаря записи инцидента» [13, 14].

Нательные компьютеры, безусловно, помощники для рядового человека. Не станут ли они оружием в умелых руках? Или именно так и происходит трансформация реального человека в виртуального?

Современное киберпространство – обобщение информационного, является обителью информационных гомункулов, подменяет собой привычное человеческое бытие, вытесняет реального человека за пределы этого бытия и создает новый вид сферы жизнедеятельности людей – информационное поле – МАТРИЦУ. На этом уровне ведется война между реальностью и виртуальностью, между людьми и информационными гомункулами. Кто окажется победителем – вопрос.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ



1. Бегоян А.Н. Личность в киберпространстве: в поисках альтернативной/желаемой реальности // Генезис категории виртуальная реальность: Материалы II Международной научной конференции (25-26 июня 2009 г.) / Под ред. А. В. Захряпина [и др.]. - Саранск: ТПИ. "Рузаевский печатник". – 2009. – 317 с.; с. 39-41.
2. Барлоу Дж. Декларация независимости Киберпространства//
3. Информационное общество. Сб. – М.: ООО «Издательство АСТ». – 2004. – с. 349- 352.
4. Белинская Е.П. Человек в информационном мире [Электронный ресурс]. – URL: <http://psynet.carfax.ru/texts/bel3.htm> (дата обращения: 20.03.2005).
5. Горный Е. Онтология виртуальной личности // Бытие и язык: Сб. статей по материалам международной конференции. – Новосибирск: Новосибирский институт экономики, психологии и права. – 2004. – с. 78-88.
6. Жижек С. Киберпространство или Невыносимая замкнутость бытия // Искусство кино. – 1998. – № 1. – с. 118-128.
7. Иванов Д.В. Общество как виртуальная реальность // Информационное общество: Сб. – М.: ООО «Издательство АСТ». – 2004. – с. 355- 427.
8. Крюгер М. Искусственная реальность: прошлое и будущее // Исследования по философии современного понимания мира. Вып. 1. – М. – 1995. – с. 85-109.
9. Сулер Дж. Люди превращаются в Электроников. Основные психологические характеристики виртуального пространства. [Электронный ресурс]. – URL: <http://flogiston.df.ru/projects/translate/electronic.shtml> (дата обращения: 27.04.2005).
10. Фукуяма Ф. Наше постчеловеческое будущее: Последствия биотехнологической революции / Пер. с англ. М.Б. Левина. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ОАО «ЛЮКС». – 2004. – 349 с.
11. Волковский, Н. Л. История информационных войн. – СПб.: ООО Издательство «Полигон». – 2003. – 630 с.
12. Почепцов, Г.Г. Информационные войны. – М.: Рефл-бук. – 2001. – 573 с.
13. Волкогонов, Д.А. Психологическая война – изд. 2-е, доп. – М.: Воениздат. – 1984 – 320 с.
14. Волкогонов, Д.А. Контрпропаганда. – М.: Воениздат. – 1988. – 240 с.

## **ОБРАБОТКА ФОТОПЛЕТИЗМОГРАММЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ДОСТОВЕРНОСТИ СООБЩЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ**

**С.В. Бровка**, АлтГУ, физико-технический факультет, 4 к.  
Научный руководитель – **Н.Н. Минакова**, доктор физ.-мат. наук,  
профессор

Первоисточником любой информации является человек. Он является и носителем информации. Однако в ряде случаев информация, полученная от человека, может быть намеренно искажена. При решении широкого спектра управленческих задач необходимо быть уверенным, что полученная информация является достоверной. Характер полученной информации определяет в информационной безопасности цели, задачи, способы выработки решений и т. д. [1].

Среди инструментов, позволяющих выявить ложную информацию, исходящую от человека, все шире применяется полиграф [2]. Полиграф фиксирует физиологическое состояние человека в момент ответа на поставленные вопросы. По реакции его организма производится оценка эмоционального состояния. При стрессе учащается дыхание, сердцебиение и потоотделение на пальцах и ладонях рук. Проблема состоит в том, что многие люди могут контролировать в большей или меньшей степени свое эмоциональное состояние. В этом случае изменения на каналах полиграфа незначительны, что не позволяет однозначно судить о том, солгал тестируемый или сказал правду. Однако не все реакции возможно контролировать.

Многие люди знают устройство данного прибора и всеми возможными способами пытаются «обмануть» полиграф. Полиграф не относится к устройствам, практически со 100% вероятностью выявляющим ложь тестируемого человека. Однако наличие квалифицированного полиграфолога и усовершенствованных математических методов обработки значительно повышают вероятность выявления лжи.

Физиологическая посылка работы полиграфа, как известно, следующая: если тестируемый отвечает на поставленный вопрос неискренне, он начинает испытывать эмоциональное напряжение. Прибор выявляет ложь. Если человек не испытывает страх перед полиграфом, то физиологические изменения в момент лжи незначительны. Это усложняет суждение об искренности в момент ответа на поставленный вопрос. Молодежь в большинстве случаев не

испытывает страха перед полиграфом. Поэтому требуется расширить математический инструментарий, анализирующий полиграммы.

Серийно выпускаемые полиграфы настроены обычно на контроль дыхания, кожного сопротивления, сердечной активности и т.д. Известны эксперименты, позволяющие оценить значимость используемых физиологических реакций [2]. Самая значимая - реакция канала кожного сопротивления так, как физически ее невозможно контролировать. Канал дыхания – неточная реакция. Человеку не нужно тренировать свой организм для того, чтобы дышать равномерно. Средний по значимости будет канал сердечной активности так, как процесс биения сердца практически невозможно контролировать.

В данной работе изучались фотоплетизмограммы – один из датчиков полиграфа, позволяющий анализировать сердечную активность. Для более точного вывода об эмоциональном состоянии человека в момент опроса было решено выполнить дополнительный анализ фотоплетизмограммы, которую снимает серийно выпускаемый полиграф.

В настоящее время в существующих полиграфах по каналу фотоплетизмограмма (ФПГ) оцениваются обычно 3 параметра:

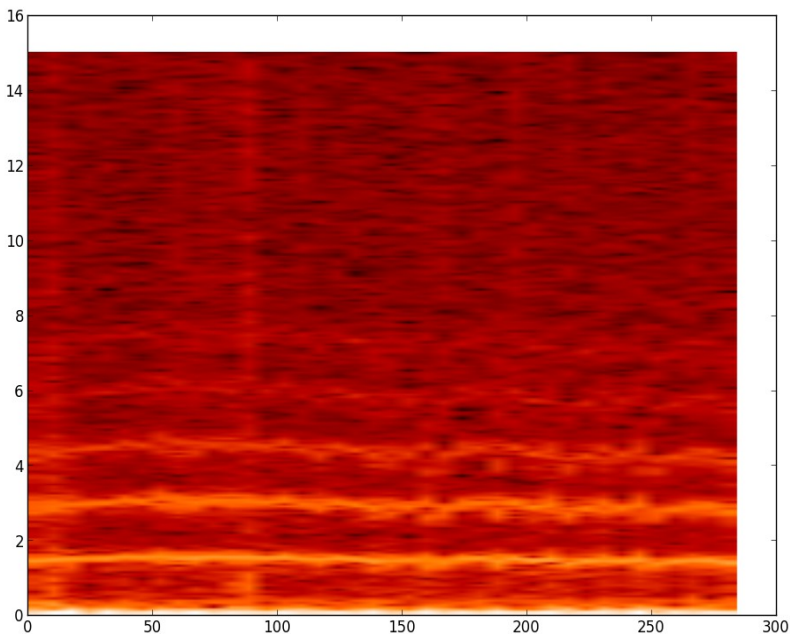
- Число сердечных сокращений в минуту.
- Объем крови в одном сердечном сокращении.
- Изменение положения дикротического зубца.

Была выдвинута гипотеза о том, что эффективным окажется построение спектрограммы по Фурье-преобразованию. Данные по каналу фотоплетизмограммы получались с использованием полиграфа EPOS.

Была разработана программа, позволяющая строить график ФПГ для визуального анализа, определять экстремумы, рассчитывать и строить производную. Через минимумы рассчитывается частота ударов сердца в минуту (значение пульса). В максимумах отображается положение дикротического зубца.

Было реализовано построение спектрограммы по преобразованию Фурье. Применен скрипт, написанный на Python2.7.6.1, с использованием подключаемого модуля «matplotlib», в котором реализована функция «specgram». Функцией «specgram» выполнялось построение спектрограммы по преобразованию Фурье [3].

Сопоставление построенной спектрограммы (рис. 1) и заранее известных временных интервалов состояния эмоционального напряжения тестируемого показало, что в момент стресса на спектрограмме появляются вертикальные полосы. Эти полосы - результат частотного рассогласования гармоник на спектре Фурье.



*Рис. 1. Спектрограмма фотоплетизмограммы.*

Полученные результаты могут иметь следующую физиологическую основу. Спектральные преобразования кардиоинтервалов получили широкое распространение при исследовании variability сердечного ритма (ВСР) при донозологической диагностике функциональных состояний организма. В частности, по мощности спектральных составляющих можно судить о балансе симпатического и парасимпатического отделов вегетативной нервной системы [4].

Выдающимся физиологом XX века П.К. Анохиным был сформулирован принцип оптимального функционирования организма как единого целого. В частности, он считал, что должны быть выполнены определенные частотные соотношения, или частотное согласование, между работой сердца и других органов (печени, легких, почек и др.). Частотное согласование уменьшает ненужные потери энергии. При частотном рассогласовании могут быть нарушены циклы жизнедеятельности некоторых важных органов, и возникает психоэмоциональное напряжение – стресс [5].

Полученные экспериментальные результаты и представленная выше физиологическая основа позволяют считать, что по частотным

рассогласованиям на спектрограмме возможно определить состояние эмоционального напряжения. Они будут проявляться яркими вертикальными полосами на спектрограмме сигнала.

Таким образом, в ходе проделанного исследования был выявлен дополнительный параметр, который может быть использован при изучении фотоплетизмограмм. Характер психоэмоционального напряжения может быть оценен с помощью построения спектрограммы по оконному преобразованию Фурье. Такой подход позволит повысить эффективности анализа канала сердечной активности, что необходимо для медицинских исследований. Дополнительный параметр в комплексе с основными, используемыми в полиграфе, позволит повысить точность анализа для проверки достоверности полученной информации.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Методы принятия управленческих решений / Н.Н. Минакова. – Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, – 2011. –74 с.
2. Варламов В.А., Варламов Г.В. Компьютерная детекция лжи. – М.: Печатный Дом «Илигар». – 2010. – 92с.
3. Сайт команды разработчиков «Matplotlib» [Электронный ресурс]. – URL: [http://matplotlib.org/api/mlab\\_api.html#matplotlib.mlab.specgram](http://matplotlib.org/api/mlab_api.html#matplotlib.mlab.specgram)
4. Захаров С.М. Вейвлет анализ кардиоинтервалов // Биомедицинская радиоэлектроника. – 2012. - №12.
5. Захаров С.М., Захаров М.С., Знайко Г.Г., Красовский В.Е. Спектральный анализ кардиоинтервалов в донозологической диагностике // Вопросы радиоэлектроники. Сер. ЭВТ. – 2013. – Вып. 3. – с.6-8.

### **ЧЕЛОВЕК В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДЕМОКРАТИЧЕСКИХ И АВТОРИТАРНЫХ РЕЖИМОВ**

*Д. А. Казанцев*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций,  
филологии и политологии, 1 к. маг.

Научный руководитель – *Н.А. Заусаева*, канд. филос. наук, доцент

По мнению известного советского философа М.К. Мамардашвили, «проблема человека – как предмета философских исследований – в философии не существует. Не существует в том смысле, что философия с самого начала была вынуждена ввести некоторые абстракции в понимание мира» [1]. Данная ситуация, на которую

обратил внимание М.К. Мамардашвили, характерна для социальных наук. Это затруднение очень хорошо выражает высказывание Ф.Ницше: «Человеческое – слишком человеческое» [2], в том смысле, что исследование человека каждый раз сталкивается с его многообразной сущностью и проблемно для интерпретаций. Безусловно, этот философский парадокс частично разрешается с возникновением наук о человеке во второй половине двадцатого века. В связи с этим Э.Агацци вспоминает яркое высказывание Г.Тэна: «Наука, наконец, дошла до человека. Вооружившись точными и всепроникающими инструментами, доказавшими свою измерительную силу на протяжении трех столетий, она направила свой опыт именно на душу человека. Человеческое мышление в процессе развития своей структуры и содержания, его корни, бесконечно углубленные в историю, и его цветущие вершины, возвышающиеся над полнотой бытия, — вот что стало ее предметом» [3]. В таком парадоксальном ракурсе научной парадигмы исследование человека представляется невероятно сложной проблемой. В результате теоретики часто вопрошают: в социальной динамике первичны технология, информация или ценности человека? Очень важно понять, что определяет динамику отношений между политическим режимом с одной стороны и человеком, и обществом, с другой. На этот счет в науке соревнуются два похода к рассмотрению информационного общества (далее ИО): техноцентристский и антропоцентристский. В частности, А.В. Костина подчеркивает: «Итак, в границах технологического подхода доминирует мысль о том, что технотронная революция накладывает свой отпечаток на характер образного восприятия действительности, стремящегося к глобальности, на специфику социальной жизни, стремящейся к фрагментации, на особенности формирования общностей, отказывающихся от национальных идеологий и опирающихся либо на глобальные, либо на узлокальные смыслы и ценности» [4]. Наиболее популярными в этом подходе являются концепции Д. Белла, М. Постера, М. Кастельса, Э. Тоффлера и многие другие.

Д. Белл выделял три стадии развития общества – аграрную, индустриальную и постиндустриальную [5]. Все они специфичны по степени производства и распределения ресурсов в обществе. Аграрная стадия общества представлена в основном сельским хозяйством и социальным классом в лице крестьян. Индустриальная фаза акцентирует внимание на промышленности и рабочем классе. В индустриальный период общества отличаются друг от друга культурными особенностями, политическими режимами и так далее. Наконец, постиндустриальная фаза призвана стереть различия между

государствами и установить новый мировой порядок. В этом смысле у Д. Белла информационное общество стремится к тотальной всеобщности и универсальности. Белл в качестве характерных черт постиндустриальной стадии выделяет: возрастающую роль сферы услуг (от производства товаров к производству услуг) и появление «белых воротничков», интеллигенции, ученых. В целом новое общество базируется на производстве теоретического знания и наукоемких сфер производства. По мнению Д. Белла в социальной сфере происходят кардинальные перемены – распад общей системы ценностей [6].

Другой известный теоретик информационного общества Элвин Тоффлер доказывал состоятельность трех волн научно-технического прогресса. Первая волна началась более 10 тыс. лет назад и привела человека к сельскому хозяйству, вторая создала промышленность, а третья разворачивает информационную революцию. Третьей волне присуще деконцентрация производства, малые экономические формы взамен традиционным транснациональным корпорациям, рост информационного обмена и глобализации, индивидуализация, превалирование самоуправленческих структур в политике. В этих условиях человек заболевает. Он теряет собственную идентичность и испытывает состояние, которой Э. Тоффлер обозначил как «шок будущего» [7]. Повсеместные стремительные перемены приводят человека в замешательство, вызывают у него страх и чувство неполноценности. В своей знаменитой книге «Футурошок» ученый убеждает, что этот мир может выдержать все, что угодно, но человек – отнюдь, его психика не готова к подобного рода переменам.

Напротив, второй подход акцентирует внимание исследователей на зависимости технологий и количества информации от необходимых потребностей самого человека, и продолжает традицию М. Вебера, согласно которой не тип экономических отношений (а в данном случае технологии) определяет характер культуры, а, напротив, культура (в случае Вебера – тип религии) детерминирует систему экономических отношений, технологических новаций. Под таким углом зрения важность приобретает не количество информации, а ее качество, не технологии, а человек. А. В. Руднев добавляет: «...основной причиной исторического развития, трансформации культуры в процессе ее существования, является необходимость приспособления человека и общества к новым условиям с целью выживания в окружающей среде. Иными словами, человек как вид в ходе эволюции нашел свой способ адаптации к постоянно меняющейся действительности» [8]. Главное, что современная политическая философия утверждает: вне общества не существует никакой высшей инстанции, управляющей им, так как

человек является существом самореферентным. По замечанию Ф. Бенетона в соответствии с современной точкой зрения в центре исторического процесса находится человек. Философия наделяет современный дух автономией. Человек – творец, человек – субъект. Он – обладатель собственного смысла. Современный разум стремится к максимальной активности, он «вдохновлен духом завоевания, направленным одновременно на господство над природой благодаря науке и технике, а также на господство над обществом благодаря рациональной организации последнего» [9]. Следовательно, развитие информационного общества определяться эволюцией самого человека в его культурном содержании.

В этом смысле недостаточно исследовать корреляцию только между типом политического режима и уровнем информатизации (информационности общества). То есть насколько оно информационно. Несмотря на то, что зависимость между информатизацией общества и политическим режимом подтверждается многочисленными исследованиями, уровень притязания человека на те или иные ценности, в том числе демократические, может не совпадать с уровнем притязаний режима к человеку. Власть может быть авторитарной, а настроения в обществе относительно демократичными или радикально революционными. Таким образом, степень авторитарности / демократичности режима должна (может) совпадать со степенью авторитарности / демократичности человека. В демократических режимах ценности должны быть разнообразными. Однако в авторитарном режиме в том случае, когда при возрастающем уровне информатизации и/или увеличивающейся цензуре информации человек проявляет желание подчиняться данной политической власти (по разным причинам), тогда необходимо заявить об авторитарной информатизации человека в условиях данного режима. Кроме того, в случае, когда при возрастающем уровне информатизации и увеличивающейся цензуре информации в авторитарном режиме человек проявляет желание не подчиняться данной политической власти (по разным причинам) и требует демократии, тогда необходимо заявить о демократической информатизации человека и возможно режима (но не во всех случаях, вспомним что политическая власть имеет право на применение физической силы и сделаем соответствующие выводы). Можно выделить следующие варианты информатизации в политических режимах: 1. В первом случае отклонения должны быть и в демократиях, и в авторитарных государствах в сторону неких новых стандартов ценностей – недемократических и не авторитарных – но неких новых (космополитических). 2. Во втором случае человек в любом режиме в



процессе информатизации общества должен испытывать потребность в демократических ценностях. 3. В третьем случае человек в любом режиме в процессе информатизации должен испытывать потребность в авторитарных ценностях. 4. В разных режимах (авторитарном и демократическом соответственно) люди могут испытывать потребность и в демократических, и в авторитарных ценностях соответственно. Между ними может быть обнаружен разрыв в уровне демократичности/авторитарности ценностей. 5. Возможен пятый случай, когда ни один из предложенных вариантов не работает и в процессе информатизации человек теряет свою идентичность и не может найти другую. И как уже было замечено для того чтобы это выяснить необходимо проанализировать культуру выбранных нами обществ с целью определения степени корреляции между типом режима и степенью демократичности/авторитарности культуры.

Следует понять, являются ли ценности в изображении будущего ИО теоретиками ИО демократическими, авторитарными или они представляют собой некий синтез. Нужно обратить внимание на такие ценности, которые бы характеризовали человека с точки зрения его политической культуры. Неоднократно утверждалось о зависимости между типом политического режима и образом человека. Исследование же политической культуры человека той или иной страны подтвердит или опровергнет закономерную связь между типом режима и типом человека в процессе информатизации. Таким образом, возникают две возможные гипотезы: 1. Режим всецело определяет сущность человека, в том числе с помощью хорошо налаженной системы контроля за распространением информации и дозирует информатизацию; 2. Информация имеет возможность влиять на умы людей вопреки воздействию политического режима и навязывать определенные ценности (авторитарные или демократические) и это выявится, например, с помощью данных социологических исследований.

Следовательно, необходимо разобраться в том, какие - авторитарные или демократические ценности характеризуют человека в условиях информационного общества? На этот вопрос среди теоретиков ИО практически нет разногласий. Многие из них наделяют, как было указано выше, информационное общество исключительно демократическими ценностями. Это значит, что процесс информатизации обществ может сопровождаться одновременной демократизацией при тех условиях, которые обозначались выше. Однако, по выражению Р. Инглхарта в глобальном постиндустриальном обществе, которое идет по пути информатизации происходит движение от ценностей «выживания» к

«ценностями «самовыражения» [10]. Под «ценностями самовыражения» ученый понимает исключительно западные ценности, такие как: высокая оценка личности, свободы, прав человека, материальных благ, успеха, озабоченность экономией, равенством полов. В «ценности выживания» или авторитарным ценностям входят: экономическая и физическая безопасность, нетерпимость к инакомыслию, ксенофобия, низкая оценка свободы и прав человека, склонность к авторитаризму. Этому процессу движения от выживания к выражению способствует глобализация. Тем не менее, практика показывает, что в странах с авторитарными режимами данный сдвиг не является обязательным. Политический режим может накладывать свой отпечаток на информационное общество. С одной стороны, информация способствует разложению авторитарных режимов, поскольку она имеет шанс свободно циркулировать в обществе и влиять на умы людей, но с другой, она также может вести и к укреплению его основ. Чтобы это понять, необходимо выяснить насколько свободно циркулирует информация в данных режимах, насколько сильно она подвержена цензуре. Если общество пассивно по отношению к политическим элитам, а информация подвержена цензуре или слабо циркулирует, то мы неизбежно объявляем такое общество авторитарным. Несомненно, режим будет поставлен перед дилеммой: использовать в своей деятельности продвинутые технологии или несколько устаревшие, или вообще их не использовать? В глобализирующемся мире особенно важно обладать прогрессивными средствами связи и коммуникациями, но в этом случае режиму необходимо ограничивать связь между ИКТ, информацией и человеком, создавать цензуру для циркуляции информации. У него появляется возможность стать еще более авторитарным. С тех пор, как авторитарное государство начинает использовать те или иные ИКТ и не управляет ими, оно находится под угрозой потери контроля за сферой политики. А это означает возможность появления сильной оппозиции, конкуренции и востребованного института выборов. Процесс может пойти в направлении демократизации. Таким образом, информатизация общества в авторитарных режимах ведет к неоднозначным результатам. С одной стороны, она представляет угрозу для авторитарности режима, а с другой заставляет его искать все новые способы контроля за информацией. Политическая власть в таком режиме нуждается в постоянном поиске точек равновесия между желанием информатизировать общество и постоянной необходимостью ограничивать этот процесс.

Следовательно, глобализация в паре с информатизацией расширяют пространство культуры и раздвигают временные рамки, приучая человека жить в условиях открытости и постоянных изменений. С одной стороны, поддерживая общественную интеграцию, с другой размывая ее. Ф. Фукуяма был прав, говоря о том, что «динамичная экономика технологических инноваций может в силу своей природы, разрывать существующие социальные связи» [11]. Процессы информатизации ставят перед человеком новые проблемы, требуя ответов на вопросы, которые еще несколько десятилетий назад даже не могли быть поставлены. В первом случае речь идет о «массовом сознании»: «заданные» духовные ценности, представления, идеи, оценки и т. п. Во втором случае данные процессы не обеспечивают оснований для социокультурной идентичности, лишают человека культурных смыслов, усиливают внутренние противоречия. Поэтому формирование информационного общества может идти с учетом культурной специфики человека или совершенно иначе. ИО предоставляет множество возможностей для демократии и авторитарных режимов. На практике информатизация может гарантировать эффективность и реальность прямой демократии или стабильности авторитаризма.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мамардашвили М. Возможный человек [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/5480> (дата обращения: 14.11.14).
2. Ницше. Ф. Сочинения в 2-х томах. Том 1. – М.: Мысль. – 1996. – 829с. – с.450.
3. Агацци Э. Человек как предмет философии [Электронный ресурс] // Вопросы философии. – № 2. – с. 24–35. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/5269>. (дата обращения 14.11.14).
4. Костина А.В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций [Электронный ресурс] // Знание. Понимание. Умение. – 2009. – № 4. – URL: [http://zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina\\_Information\\_Society/](http://zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina_Information_Society/) (дата обращения: 14.11.14).
5. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Academia. – 2004. – 788 с. – с. 35.
6. Bell D. The cultural contradictions of capitalism. N.Y.: Basic Books. – 1976. – p. 363.

7. Тоффлер Э. Шок будущего. – М.: ООО «Издательство АСТ». – 2002. – 557 с. – с. 13-31.
8. Руднев А.В. Влияние информации на человека и общество (к вопросу о возможности формирования информационного общества) [Электронный ресурс] // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. – 2008. – №2. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-informatsii-na-cheloveka-i-obschestvo-k-voprosu-o-vozmozhnosti-formirovaniya-informatsionnogo-obschestva> (дата обращения: 14.11.14).
9. Бенетон Ф. Введение в политическую науку. – М.: Издательство «Весь Мир». – 2002. – 368 с. – с.67-68.
10. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. – М.: Новое издательство. – 2011. – 464 с. – с.81-82.
11. Фукуяма Ф. Великий разрыв. – М.: ООО «Издательство АСТ». – 2004. – 474 с. – с.14.

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ РАЗВЕДКА: ТЕХНОЛОГИЯ ПАССИВНОГО МОНИТОРИНГА И ПЕРЕХВАТА ДАННЫХ WI-FI-СЕТЕЙ**

*П.С. Ладыгин*, АлтГУ, физико-технический факультет, 4 к.  
Научный руководитель – *А.В. Мансуров*, канд. тех. наук, доцент

Современные информационные системы, которым пользователи доверяют работу со своей информацией, являются технологически сложными продуктами, что внушает уверенность в продуманность и безупречность всего происходящего в них процесса обработки данных. В полной мере этот аспект относится и к вопросам обеспечения информационной безопасности, поскольку любой современный стандарт, на который опирались разработчики при создании своей системы, обязательным образом включает в себя рассмотрение и учет подобных вопросов (ГОСТ Р ИСО/МЭК 12119-2000, ГОСТ Р 50739-95, ГОСТ Р 51624 — 2000 и др. [1]). Действительно, большинство современных информационных систем включают такие возможности, как шифрование, туннелирование, резервное копирование и др. Эти возможности позволяют избежать многих взломов, утечек и потерь какой-либо информации: достаточно только включить в общем функционале той или иной программы хотя бы один из имеющихся способов защиты.

Тем не менее, на всех конференциях и деловых встречах по информационной безопасности (в частности, международной конференции ZeroNights – 2014) специалисты постоянно утверждают,

что неуязвимых систем не существует, есть системы хорошо защищенные [2]. Это означает необходимость реального понимания тонкостей обработки информации и способов использования для этого тех или иных технологий, а также наследование присущих им уязвимостей и недостатков при их использовании в сложной информационной системе.

Многие технологии, посредством которых осуществляется передача данных, являются уязвимыми по определению. В беспроводной сети, построенной по традиционной технологии Wi-Fi, все беспроводные устройства включены в единую среду доступа, образуя один гигантский «хаб» (концентратор), в котором любое беспроводное устройство может «видеть» всех беспроводных соседей в сети [3, 4]. Данную особенность работы беспроводных сетей может использовать злоумышленник для перехвата данных информационного обмена между различными устройствами сети. Для этого устройство или Wi-Fi – адаптер переключается в режим получения всех пакетов (т.н. promiscuous-mode) с последующим разбором и анализом полученной информации. При этом приемник, работающий в пассивном режиме (только прослушивание), становится практически невозможно определить. Целью подобных действий может являться похищение информации, такой, как идентификационные номера пользователей, данные о функционировании сети, номера кредитных карт, файлы корпоративной сети предприятия и т.д.

Современные беспроводные Wi-Fi сети стандарта 802.11 поддерживают технологию Wi-Fi Protected Access (WPA/ WPA2) с Advanced Encryption Standard (AES), что позволяет решить вопрос безопасного обмена и защиты информации при помощи достаточно надежного алгоритма шифрования, взломать который весьма непросто [5]. Данный алгоритм шифрования поддерживается большинством имеющихся на рынке Wi-Fi – роутеров, и, обычно, установлен по умолчанию. Пароль к такой сети, как правило, хранится на самом устройстве или на документе – договоре с оператором, предоставляющим выход в сеть, что является потенциально небезопасным для процесса эксплуатации. В остальном, оценив устойчивость к взломам технологии WPA/WPA2, можно сделать вывод, что его использование повысит уровень безопасности передачи данных и сделает невозможным простое чтение перехваченных данных злоумышленником.

Современные Wi-Fi-хотспоты организуются, как правило, при помощи открытых Wi-Fi-точек доступа с отсутствием поддержки шифрования сетевого обмена, что возлагает обязанность по защите информации и организации конфиденциального обмена на более

высокие уровни с точки зрения традиционной 7-уровневой модели OSI [3] (обычно, сетевой (3) и выше). Например, социальная сеть Vkontakte в августе 2013 года включила поддержку HTTPS-протокола почти по умолчанию [6], включив саму возможность использовать социальную сеть через этот протокол осенью 2012 года [7]. Однако, данная новость не была озвучена на столько широко, на сколько было бы необходимо, поскольку многие пользователи и сегодня пользуются незащищенным HTTP — протоколом.

Анализ защищенности тех или иных сетевых протоколов и сервисов может осуществляться различными программными средствами, которые на сегодняшний момент стали широко распространены в сети Интернет. Такие программные средства называются анализаторами трафика, устанавливаются на компьютер пользователя и используются системными администраторами для анализа защищенности подконтрольной им локальной сети. С помощью анализаторов трафика просматриваются все данные, передающиеся по сети, на основе которых делается вывод о работоспособности средств шифрования, о деятельности подчиненных в сети и др. К подобному программному обеспечению относятся такие программы, как WireShark, Commview, aircrack и др. [8,9,10]. С помощью первых двух осуществляется перехват, а с помощью последнего – подбор пароля для расшифровки передаваемой информации.

В ходе одной из предыдущих исследовательских работ мною было разработано программное решение, осуществляющее перехват данных. Идея и принцип работы заключается в следующем: прослушивание сети, захват, декодирование, анализ и интерпретация данных, передающихся по сети. Анализатор трафика использует адаптер для работы с беспроводной сетью, который имеет возможность работать в т.н. promiscuous-режиме, что позволяет осуществлять захват кадров сетевого обмена. Следует отметить, что не каждая карта имеет такую функциональную возможность. Захваченные кадры проходят дальнейшую обработку и анализ (*рис. 1*).

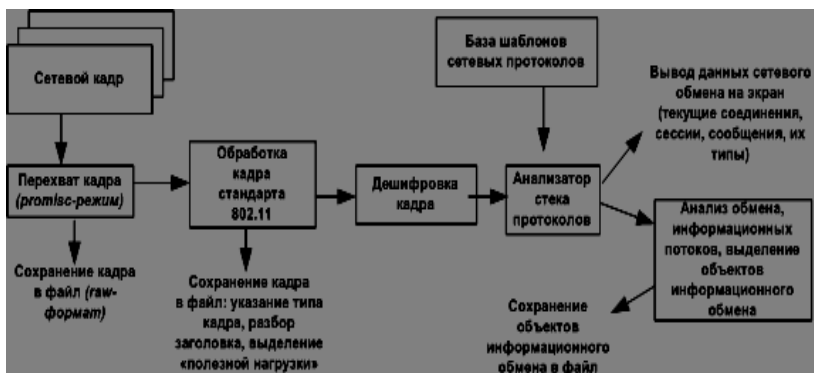


Рис. 1. Схема работы анализатора трафика беспроводной сети.

Перехват кадра сетевого обмена Wi-Fi сети и последующая работа с ним осуществляется при помощи библиотеки LibPCAP [11], которая содержит весь необходимый функционал для работы с сетевым устройством. Сохранение перехваченного кадра в «сыром» (raw) формате является полезным для последующего детального рассмотрения сетевого кадра в т.н. «ручном» режиме.

Дальнейшая обработка перехваченного кадра в соответствии со стандартом 802.11 позволит получить более детальную картину того, какой именно обмен осуществляется на канальном уровне – кадры управления (аутентификации, ассоциации, beacon-кадры и т.п.), или же кадры с данными [12]. Этот шаг позволяет детальным образом анализировать все служебные процедуры функционирования Wi-Fi сети от этапа поиска доступных беспроводных сетей, включения в работу нового устройства и осуществления процесса передачи данных, до завершения работы и выключения устройства из беспроводной сети.

Дальнейший процесс предусматривает дешифрование содержимого кадров сетевого обмена. Этот шаг необходим при использовании алгоритмов шифрования WEP, WPA и др. [13] В случае, когда в учебных и демонстрационных целях никакой алгоритм шифрования на беспроводной сети не применяется, этот этап пропускается. В случае применения шифрования знание типов кадров сетевого обмена и принципов взаимодействия, а также применяемый алгоритм шифрования открывает широкие возможности для проверки эффективности работы данной защиты.

Анализ стека сетевых протоколов с 3 по 7 уровни позволяет определять активные сессии информационного обмена, их типы и сервисы, с которыми осуществляется работа в беспроводной сети, а

также находить в информационном обмене служебные сообщения протоколов высоких уровней и информационные объекты в виде законченных логических блоков (файлов или массивов данных). Количество анализируемых сетевых протоколов может быть расширено путем внесения соответствующей информации о принципах функционирования того или иного протокола соответствующего уровня в т.н. базу шаблонов сетевых протоколов, что придает необходимую универсальность и гибкость разрабатываемому программному продукту, но делает его разработку достаточно трудоемкой.

На основе уже реализованного функционала и тестирования его в домашних условиях было выяснено следующее:

1) внутри многоэтажного дома используется несколько точек доступа в интернет, реализующих шифрование WPA2-PSK. Доступ к данным, передающимся через эту точку доступа имеется, но расшифровать полученные данные на данный момент не удастся.

2) тестовая передача информации через собственную открытую точку доступа в интернет третьим компьютером перехватывается без проблем. Перехваченные данные с легкостью анализируются программным средством и сохраняются в виде отдельных информационных блоков (файлов) (рис. 2).

```
HTTP/1.1 200 OK
Date: Thu, 20 Nov 2014 14:55:54 GMT
Server: 0w/0.8c
Connection: Close
Content-Type: image/gif
Content-Length: 344
Expires: Tue, 19 Nov 2013 20:00:00 GMT
Pragma: no-cache
Cache-control: no-cache

GIF89aX ¢ Д
"***&&***...222666::>>>BVBFFFJJNNRRRVVZZZ^^^bbbььь€€€sssBBVJJKKKOOTTTCЦЦЬЬЬ
ЮЮЮ !щ , X ¢ |Xa&fdiГh€°,jnZ,gtKЭчГп-ея@uD#)-ЦиГЙ! :уКqJ-
ZiMh-лнbeax±хьллоeiA;pxl.7T;sz>тs%gnJxH,,I,,т€}аE±oz;wK€'™ <02CS;тv±0† "и™L>ьE
т |'"у"i§J0€; ±¶svellw]sдьнб;иЕМ\~HCU-1€иHppde
±±±-||JJ LK, нн рстуох,ччкьиь'жя L
$ ;
```

Рис. 2. Пример сохраненного http – ответа.



3) Большинство посещенных за время исследования сайтов не

```
GET /nstarikov/_rpc_ctxpopup?user=&userid=0&userpic_url=http%3A%2F%2F-  
userpic.livejournal.com%2F118486405%2F19003862&mode=getinfo&_id=1416495470935  
HTTP/1.1  
Host: nstarikov.livejournal.com  
Connection: keep-alive  
Accept: application/json, text/javascript, */*; q=0.01  
X-Requested-with: XMLHttpRequest  
User-Agent: Mozilla/5.0 (Windows NT 6.1; WOW64) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like  
Gecko) Chrome/38.0.2125.111 Safari/537.36  
Referer: http://nstarikov.livejournal.com/1385976.html  
Accept-Encoding: gzip, deflate, sdch  
Accept-Language: ru-RU,ru;q=0.8,en-US;q=0.6,en;q=0.4  
Cookie: ljident=2919503276.20480.0000; _montblanc=y1%3dz0%253ag3k  
%253ad0%253az1p%253apx3; _ga=GA1.2.1496780352.1416467135; crtq_rta=;  
ljuniq=М3у6рсКedEpsgd%3A1416467136%3Apgstats0; xtvrn=$528851$; xtan=-; xtant=1
```

поддерживают протокол HTTPS. Данные так же передаются в открытом виде (рис. 3).

*Рис. 3. Пример сохраненного http – запроса.*

Вариант программного анализатора трафика беспроводной сети, представленный в данной работе, разработан для целей и задач учебной лаборатории сетевой безопасности. Данное программное решение, как и любой другой анализатор трафика, наглядно демонстрирует в каком виде передается информация по сети, что позволяет проанализировать те или иные сервисы в сети Интернет, с которыми ведётся работа, на предмет безопасности. На основе анализа может быть принято решение об усовершенствовании системы защиты данных с помощью средств, отвечающих за шифрование передающихся данных по сети. Такие средства могут быть как включены в уже имеющихся программных продуктах (браузерах, мобильных приложениях), так и установлены дополнительно.

Дальнейшая работа планируется над расширением функциональности модуля анализа и обработки стека протоколов, а также поддержку процедур дешифровки захваченного трафика, анализа служебной информации беспроводной сети и сохранение критичного информационного обмена сетевых сервисов, отвечающих за вопросы авторизации, аутентификации и контроля доступа к сетевым ресурсам локальной сети.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р - Национальные стандарты Российской Федерации в области защиты информации [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iso27000.ru/standarty/gost-r-nacionalnye-standarty-rossijskoi-federacii-v-oblasti-zaschity-informacii> (дата обращения: 14.11.2014).
2. ZeroNights – 2014 [Электронный ресурс]. – URL: <http://2014.zeronights.ru/> (дата обращения 14.11.2014).

3. Олифер В.Г. Компьютерные сети (принципы, технологии, протоколы) 3-е издание / В.Г. Олифер, Н.А. Олифер. - СПб.: «Питер». – 2006. - 284 с.
4. Безопасность сетей 802.11 — основные угрозы // Хабрахабр. [Электронный ресурс]. URL: <http://habrahabr.ru/post/151126/> (дата обращения: 31.04.2014).
5. Хоуи Дж. Защита беспроводной сети: корректная настройка устройств и отслеживание ложных узлов – залог безопасности [Электронный ресурс]. // «Windows IT Pro». - 2006. - № 02. – URL: <http://www.osp.ru/win2000/2006/02/1156334/> (дата обращения: 02.09.2014).
6. Вконтакте включил https почти по умолчанию [Электронный ресурс]. // Хабрахабр. – URL: <http://habrahabr.ru/post/190816/> (дата обращения: 10.11.2014).
7. Vkontakte – live [Электронный ресурс] // Социальная сеть VKontakte. – URL: [http://vk.com/wall-2158488\\_238142](http://vk.com/wall-2158488_238142) (дата обращения: 10.11.2014).
8. Wireshark – Go deep [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.wireshark.org/> (дата обращения: 02.09.2014).
9. CommView – сетевой анализ и мониторинг [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.tamos.ru/products/commview> (дата обращения: 02.09.2014).
10. Aircrack-ng [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.aircrack-ng.org/> (дата обращения 10.11.2014).
11. TCPDUMP/LIBPCAP public repository [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.tcpcdump.org/> (дата обращения: 02.09.2014).
12. Танненбаум Э. Компьютерные сети. 4-е изд. - СПб.: «Питер». – 2003. - 993 с.
13. Мэрритт М. Безопасность беспроводных сетей / М. Мэрритт, Д. Поллино; пер. с англ. А.В. Семенова. – М.: Компания АйТи; ДМК Пресс. – 2004. - 288 с.

## ГЕНЕРАЦИЯ ПАКЕТОВ С ПРОИЗВОЛЬНЫМ СОДЕРЖИМЫМ

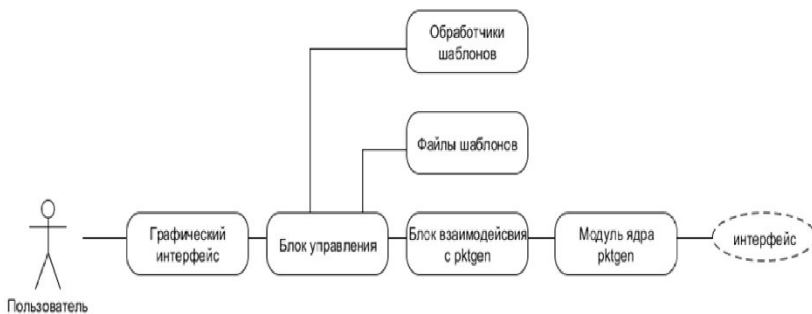
*К.Ю. Манзюк*, АлтГУ, физико-технический факультет, 4 к.

Научный руководитель – *А.В. Мансуров*, канд. тех. наук, доцент

В наше время компьютерные сети используются практически во всех организациях. Нарушение их работы может являться эффективным средством ведения информационной войны. Генерация кадров/пакетов сетевого обмена с произвольным содержимым и отправка их в сеть способна внести изменения в функционирование

сети в штатном режиме. Одним из способов подобного эффективного вмешательства в работу сети предприятия является применение генератора пакетов с произвольным содержимым.

Для иллюстрации различных атак в рамках лабораторных условий и экспериментов, необходимых для моделирования реальных ситуаций при выполнении лабораторных работ, был разработан генератор пакетов с произвольным содержимым на основе rktgen. Была выбрана наиболее прозрачная структура ПО, чтобы можно было разобрать весь процесс. Схема разработанного программного решения представлена на *рисунке 1*. Преимущество данного решения состоит в возможности проследить все этапы генерации пакетов, разработать исходный код генератора и получить представление о таких средствах информационной войны как генераторы произвольных сетевых пакетов.



*Рис. 1. Схема разработанного ПО в нотации UML.*

Модуль по формированию полезной нагрузки реализован на языке C++. Набор шаблонов динамически расширяется путем добавления новых. Генерацию пакета с заданными параметрами осуществляет модуль ядра rktgen. После запуска модуль rktgen, создает поток ядра и привязывает его к CPU, к потоку привязываются устройства через которые будет проходить сгенерированный, такие как /dev/eth[0], /dev/vlan[]. Соответственно 1 CPU 1 поток, 2 CPU – 2 потока и так далее. К каждому CPU можно привязать несколько устройств, с разными настройками, что дает необходимую гибкость в управлении генератором.

Проиллюстрировать возможности генератора сетевых пакетов с произвольным содержимым как средства информационной войны можно на примере атаки «man in the middle». Частный случай этой атаки – подмена ARP-ответа.

При использовании протокола ARP каждый компьютер составляет свою ARP-таблицу, в которой находится соответствие IP адреса

удаленного компьютера и его MAC-адреса. Заполняется эта таблица в процессе работы. Если компьютеру надо отправить пакет на IP-адрес, которому не соответствует ни один MAC-адрес, то этот компьютер делает широковещательный запрос, в котором записан IP-адрес и MAC-адрес отправителя и IP-адрес исходного компьютера. Поле MAC-адреса получателя ничем не заполняется. После получения искомым компьютером ARP-запроса, компьютер получателя формирует ARP-ответ, в котором все поля будут заполнены.

Суть атаки «man in the middle» заключается в том, что при получении ARP-запроса от А к В дать корректный ARP-ответ, в котором IP-адрес будет компьютера В, а MAC-адрес злоумышленника М. Аналогично проделать при ARP-запросе от В к А. Важно дать ARP-ответ раньше, чем он придет от В, так как все ответы без предшествующего запроса будут блокироваться. В результате все пакеты, которые будут отправляться с А и В предварительно будут попадать на компьютер злоумышленника. Злоумышленник может пересылать пакет дальше, читая пакеты, модифицировать их перед отправкой, отправлять свои, блокировать. Другими словами злоумышленник полностью контролирует трафик между этими двумя компьютерами.

Для того, чтобы реализовать этот вариант атаки «человек посередине», воспользуемся разработанным программным решением с шаблоном ARP-ответа. Пользователь выбирает в графическом интерфейсе, какие данные ввести в ARP-ответ, используя шаблон и стандартного набора шаблонов. В поле IPsource вводит IP адрес компьютера, которому предназначался ARP-запрос. В поле MACsource вводит MAC адрес сетевой карты, с которой будет осуществляться отправка пакета. Затем в поля IPdestination и MACdestination вводит IP и MAC адрес компьютера, от которого ожидается ARP запрос. Затем пользователь нажимает кнопку START и начинается генерация потока ARP-ответов в сеть. После ближайшего ARP-запроса ответ с нашего компьютера придет быстрее, чем с компьютера, которому был адресован данный ARP-запрос. Это связано с тем, что мы отправляем требуемый ARP-ответ стабильным потоком трафика независимо от наличия ARP-запроса. Таким образом, при помощи данного генератора мы можем вклиниться в чужой канал передачи данных.

Возможности генератора пакетов на этом не ограничиваются. Аналогичным образом можно производить любые другие варианты атаки «man in the middle». В частности, аналогичным образом выполняется подмена DNS-ответа. Вариант атаки выбирается подбором соответствующего шаблона для последующего применения в разработанном варианте генератора пакетов. Генератор пакетов с

набором шаблонов предоставляет возможность наглядной демонстрации способа реализации сетевых атак, что является важным и необходимым элементом в процессе обучения специалистов в области информационной безопасности и позволяет в режиме реального времени изучить тонкости проведения данного класса сетевых атак.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Столлингс В. Современные компьютерные сети / В. Столлингс. – СПб.: Питер. – 2003. – 783 с.
2. Таненбаум Э. Компьютерные сети : пер. с англ. / Э. Таненбаум. – СПб.: Питер. – 2003. – 992 с.

## WI-FI РОУТЕР КАК СРЕДСТВО ВТОРЖЕНИЯ В КОРПОРАТИВНУЮ СЕТЬ

*С.М. Пономарьков*, АлтГТУ, факультет информационных технологий,  
1 к.; *И.В Сушков*, АлтГТУ, факультет информационных технологий  
1 к.

Научный руководитель – *Е.В. Шарлаев*, канд. тех. наук, доцент

На сегодняшний день очень актуально использование локальной сети для выполнения различных задач. Информация, обрабатываемая внутри сети, может иметь огромное значение для компании, и в случае кражи информации или отказа сети довольно сложно оценить нанесённый ущерб.

Практически каждой компанией используются средства беспроводной связи (в частности wi-fi), которые могут представлять реальную угрозу для всех задач, происходящих в сети. Особое внимание заслуживает угрозы на примере уязвимого роутера, который был подключён к внутреннему периметру сети. Из многообразия типовых угроз можно выделить три ситуации:

- 1) Ошибки конфигурации оборудования:

- web-интерфейс, видимый во внешнем периметре сети, с паролем и именем пользователя по умолчанию;
- использование ненадёжных паролей или алгоритмов шифрования (например: wep) для беспроводной сети;
- несвоевременное обновление прошивки беспроводного устройства;
- отсутствие фильтрации клиентов по mac адресам и разделения гостевого и внутреннего трафика;

2) Ошибки допущенные создателями сетевого оборудования:

- возможность использования эксплойтов;

3) Уязвимости, внесённые в базовую конфигурацию роутера злоумышленниками намеренно:

- выставленные в настройках роутера по умолчанию dns-сервера, возвращающие заведомо ложные адреса интернет ресурсов;
- отправка на удалённый сервер параметров сети для удалённого доступа к устройству и последующему проникновению в сеть.

Подробное внимание, в качестве объекта исследования, уделено третьему случаю, реализация которого стала целью работы.

Чаще всего роутер стоит между внешним периметром сети и внутренним, т.е между интернетом и внутренней сетью, из-за этого задача существенно упрощается.

Так как базовые возможности обычного роутера нас не устроили, пришлось установить на роутер альтернативную прошивку с расширенным функционалом DD-WRT настройки которой, заранее установили таким образом, чтобы их нельзя было изменить пользователю из обычного web интерфейса, а при этом роутер отправлял на наш выделенный сервер информацию о своём ip адресе в зашифрованном формате. Настройки роутера позволяют осуществить возможность отправки по беспроводному каналу связи, чтобы в дальнейшем можно было подключиться удалённо к роутеру по принципу VPN шлюза, а затем проникнуть во внутренний сегмент сети для проведения несанкционированных действий. Данная процедура занимает не так уж много времени, таким образом, подключив такой роутер, к сети нам будет достаточно времени, чтобы закрепиться в ней. Если развивать эту идею дальше, то существует возможность использовать не только wi-fi роутер но и другое сетевое оборудование, которое можно перепрошить.

Данный способ проникновения используется на сегодняшний день довольно часто, например, при ведении информационных войн между конкурирующими компаниями. На рынке также есть подобные устройства со схожим функционалом, но к сожалению ценовая доступность оставляет желать лучшего.

Из анализа различных ситуаций проникновения в корпоративную сеть можно сделать вывод о том, что данная проблема актуальна сегодня и требует внимания при выборе производителя оборудования, а также корректной настройки и контроле со стороны потребителей.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Корпоративные сети Wi-Fi [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dateline.ru/resources/Публикации/corporate-wifi-networks-osipov.pdf>.

## РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ НАРУШИТЕЛЯ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ BYOD-ТЕХНОЛОГИЙ

*С.К. Присада*, АлтГТУ, факультет информационных технологий, 5 к.  
Научный руководитель – *Е.В. Шарлаев*, канд. тех. наук, доцент

Современный процесс защиты информационного пространства уже давно превратился в искусство противостояния обладателя объекта с одной стороны и «злоумышленника», желающего владеть ценностями, с другой стороны с целью получения материальной или моральной выгоды. Всяческие попытки совершенствования технических и программных средств с целью совершенствования системы безопасности порой приводит к появлению новых уязвимостей дающих возможность для реализации угрозы информационной безопасности.

Для построения информационных систем передачи данных, в том числе с применением мобильных устройств, необходимо выполнение требований по защите информации, а так же разрешение на эксплуатацию систем от регуляторов, таких как: ФСТЭК, ФСБ, Роскомнадзор. Для уменьшения риска возникновения реализации угроз информационной безопасности, при построении комплексной системы обеспечения безопасности, необходимо разработать модель нарушителя.

В настоящее время при построении модели нарушителя возможно применение методики определения актуальных угроз ПДн при их обработке в ИСПДн ФСТЭК и методических рекомендаций по обеспечению с помощью криптосредств безопасности ПДн при их обработке в ИСПДн с использованием средств автоматизации ФСБ.

Будем предполагать, что: информационная система – ИСПДн сотрудников, актуальные угрозы – угрозы 3-го типа, объем – менее 100000 субъектов ПДн.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ №1119 от 1 ноября 2012 года «Об утверждении требований к защите персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных» уровень защищенности соответствует УЗ 4.

Для обеспечения 4-го уровня защищенности персональных данных при их обработке в информационных системах необходимо выполнение следующих требований:

- Организация режима обеспечения безопасности помещений, в которых размещена информационная система.
- Обеспечение сохранности носителей ПДн.
- Утверждение руководителем перечня лиц, доступ которых к ПДн, необходим для выполнения ими служебных (трудовых) обязанностей.
- Использование сертифицированных средств защиты информации [1].

В *таблице 1* представлен общий перечень групп угроз, которые можно использовать как исходные данные при построении модели нарушителя, и которые соответственно необходимо нейтрализовать [2].

*Таблица 1. Общий перечень угроз.*

<b>№ п/п</b>	<b>Угрозы безопасности информации</b>
1	Угрозы утечки информации по техническим каналам
2	Угрозы НСД к информации
3	Угрозы, реализуемые в ходе загрузки операционной системы
4	Угрозы, реализуемые после загрузки операционной системы
5	Угрозы, реализуемые при запуске прикладных программ
6	Угрозы, реализуемые с использованием протоколов межсетевого взаимодействия
7	Угрозы, реализуемые через халатность сотрудников

Показатели исходной защищенности представлены в *таблице 2*.



Таблица 2. Показатели исходной защищенности ИСПДн.

Технические и эксплуатационные характеристики ИСПДн	Уровень защищенности		
	высокий	средний	низкий
<b>1. По территориальному размещению</b>			
городская ИСПДн, охватывающая не более одного населенного пункта (города, поселка)	-	-	+
<b>2. По наличию соединения с сетями общего пользования</b>			
ИСПДн, имеющая односторонний выход в сеть общего пользования	-	+	-
<b>3. По встроенным (легальным) операциям с записями баз персональных данных</b>			
чтение, поиск	+	-	-
<b>4. По разграничению доступа к персональным данным</b>			
ИСПДн, к которой имеют доступ определенные перечнем сотрудники организации, являющейся владельцем ИСПДн, либо субъект ПДн	-	+	-
<b>5. По наличию соединений с другими базами ПДн иных ИСПДн</b>			
ИСПДн, в которой используется одна база ПДн, принадлежащая организации - владельцу данной ИСПДн	+	-	-
<b>6. По уровню обобщения (обезличивания) ПДн</b>			
ИСПДн, в которой данные обезличиваются только при передаче в другие организации и не обезличены при предоставлении пользователю в организации	-	+	-
<b>7. По объему ПДн, которые предоставляются сторонним пользователям ИСПДн без предварительной обработки</b>			
ИСПДн, предоставляющая часть ПДн	-	+	-

ИСПДн имеет средний уровень исходной защищенности ( $Y_1=5$ ).  
Для определения вероятности угрозы вводятся четыре вербальных показателя ( $Y_2$ ).

По формуле:

$$Y = \frac{Y_1 + Y_2}{20},$$

вычисляется коэффициент реализации угрозы.

Возможность реализации угрозы признается:

- низкой, если  $0 \leq Y \leq 0,3$ ;
- средней, если  $0,3 < Y \leq 0,6$ ;
- высокой, если  $0,6 < Y \leq 0,8$ ;
- очень высокой, если  $0,8 < Y$ .

Актуальность угрозы определяется параметрами: опасность угрозы и возможность реализации угрозы [3].

В процессе определения актуальных угроз более подробно рассмотрим «Угрозы, реализуемые с использованием протоколов межсетевого взаимодействия»:

1. Угроза анализа сетевого трафика: возможность реализации - высокая (0,75); опасность – средняя; актуальность – актуальная.
2. Угроза сканирования сети: возможность реализации – высокая (0,75); опасность – низкая; актуальность – актуальная.
3. Угроза выявления пароля: возможность реализации – низкая (0,25); опасность – высокая; актуальность – актуальная.
4. Угроза подмены доверенного объекта сети: возможность реализации – средняя (0,35); опасность – высокая; актуальность – актуальная.
5. Угроза навязывания ложного маршрута сети: возможность реализации – средняя (0,35); опасность – высокая; актуальность – актуальная.
6. Угроза внедрения ложного объекта сети: возможность реализации – средняя (0,35); опасность – высокая; актуальность – актуальная.
7. Угроза «Отказ в обслуживании»: возможность реализации – средняя (0,5); опасность – средняя; актуальность – актуальная.
8. Угроза удаленного запуска приложений: возможность реализации – средняя (0,35); опасность – низкая; актуальность – неактуальная.

9. Угроза внедрения по сети вредоносных программ: возможность реализации – низкая (0,25); опасность – низкая; актуальность – неактуальная.

Физические лица, имеющие доступ к техническим и программным средствам информационной системы, разделяются на 2 категории:

Категория I – лица, не имеющие права доступа в КЗ информационной системы.

Категория II – лица, имеющие право постоянного или разового доступа в КЗ информационной системы [4].

Разделение представлено в *таблице 3*.

*Таблица 3. Категорирование нарушителей.*

<b>Категория I</b>	<b>Категория II</b>
Разведывательные службы	Администратор безопасности
Интернет-провайдер	Персонал работающий с ПДн
Разработчик криптосредства	Системный администратор
Поставщики оборудования	Руководство

Разделение нарушителей на внутренних (только Категория II) и внешних (как Категория I, так и Категория II).

*Таблица 4. Разделение нарушителей.*

<b>Внутренний нарушитель</b>	<b>Внешний нарушитель</b>
Руководство	Поставщики оборудования
Администратор безопасности	Разработчик криптосредства
Системный администратор	Разведывательные службы
Персонал работающий с ПДн	Интернет-провайдер

Привилегированные пользователи информационной системы: Администратор безопасности и Системный администратор.

Из числа потенциальных нарушителей исключаются лица, разрабатывающие криптосредства, так как средства проходят обязательную сертификацию, а компания-разработчик получает лицензию на осуществление криптографических видов деятельности.

Поставщики оборудования и уволенный администратор безопасности могут быть в сговоре. Дополнительные возможности, которые появляются у этих нарушителей: знание «backdoor-ов», топологии сети и используемого прикладного программного обеспечения, дополнительные финансовые возможности на изучение и проведение экспериментов.

Основные каналы атак:

1. Каналы связи.

Возможны атаки путем подмены точки доступа беспроводной локальной сети, атаки типа «человек посередине», а также пассивные атаки: сканирование сети и анализ сетевого трафика.

2. Штатные средства.

Увеличение привилегий пользователя до root-a, путем перепрошивки устройства.

Вспомогательные каналы атак:

1. Каналы непосредственного доступа к объекту атаки.

Возможно при использовании специальных средств съема информации, а также при непосредственной близости с объектом атаки. Использование атаки типа «социальная инженерия». Халатность сотрудников.

2. Мобильные устройства, выведенные из употребления.

При смене мобильного устройства не произошла его утилизация, а также стирание информации ограниченного доступа.

3. Технические каналы утечки.

4. Канал утечки за счет электронных устройств негласного получения информации.

При ремонте устройства у организаций, предоставляющих ремонт мобильных устройств, возможна установка «закладок» различного типа.

В *таблице 5* представлены типы нарушителей полученные в ходе проведенных исследований.

*Таблица 5. Типы нарушителя.*

<b>Нарушитель</b>	<b>Предположе ния о сведениях</b>	<b>Предположе ния об средствах</b>	<b>Тип нарушит еля</b>
Руководство	Н2	Н3	Н3
Интернет- провайдер	Н4	Н1	Н4
Администрат ор безопасности	Н4	Н5	Н5
Системный администратор	Н4	Н3	Н4
Внешний нарушитель	Н1	Н1	Н1
Поставщик оборудования	Н2	Н3	Н3
Разведывател ьные службы	Н3	Н4	Н4

Персонал работающий с ПДн	Н2	Н2	Н2
---------------------------------	----	----	----

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об утверждении требований к защите персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных: Постановление Правительства РФ от 1 ноября 2012 г., № 1119. – М., – 2012. – 4 с.
2. Базовая модель угроз безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных: Утверждена заместителем директора ФСТЭК России 15 февраля 2008 г. – ФСТЭК., – 2008. – 69 с.
3. Методика определения актуальных угроз безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных: Утверждена заместителем директора ФСТЭК России 14 февраля 2008 г. – ФСТЭК., – 2008. – 10 с.
4. Методические рекомендации по обеспечению с помощью криптосредств безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных с использованием средств автоматизации: Утверждены руководством 8 Центра ФСБ России от 21 февраля 2008 г., № 149/54-144. – ФСБ., – 2008. – 20 с.

## ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ

***К.Н. Столярова***, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций,  
филологии и политологии, 1 к. маг.

Научный руководитель – ***И.В. Фотиева***, доктор филос. наук,  
профессор

Информационное пространство Русской Православной Церкви – слишком широкое понятие, чтобы быть хоть в какой-то мере научным. Необходимо сузить его до видимых границ. Поэтому в своей работе мы разделим это понятие на две сферы:

«*Личное*» информационное пространство РПЦ – собственные периодические издания, телеканал «Союз», радио и Интернет-ресурсы;

«Публичное» информационное пространство – сфера взаимоотношений Церкви и государства, освещаемая в светских изданиях.

Личное пространство Церкви – во многом, закрытая сфера. Ее главный минус, на наш взгляд, заключается в том, что распространение религиозных газет и журналов происходит исключительно в специализированных магазинах религиозной литературы или церковных лавках. Даже «Фома», идентифицирующий себя как «журнал для сомневающихся», распространяется по этой же системе (хотя его проповеднический потенциал очень высок даже в среде нейтрально или негативно относящихся к религии людей) Вследствие этого, многие люди даже не догадываются о существовании таких изданий.

Между тем, «нишевых» церковных изданий издается множество. Перечислим лишь несколько: «Виноград» - журнал для родителей; «Нескучный сад» - журнал о православной жизни; общественно-политическое издание «Русский дом»; «Славянка» - православный женский журнал, и другие.

Самый яркий журнал, на наш взгляд, это вышеупомянутый «Фома». Его секрет в близости, понятности и способности рассказать что-то новое почти для каждого конкретного читателя. Это видно даже по обложкам номеров. «Поколение селфи» - да, это мы! «Болезни двадцать первого века. Я хочу чтобы меня любили» - и это про нас. «Как помириться с мамой» - и это стоит почитать...

Если говорить о православном рунете, то и здесь ситуация не сильно отличается. «Православный интернет отражает – с поправкой на сетевые особенности – положение верующих в стране. Их не много, они живут не особенно дружно, влияние их на неверующую общественность невелико, но они обладают способностью быть весьма заметными, будучи своего рода лицензионными держателями религии в общественном сознании. «Верующий», как правило, в России означает «православный». Убедиться в этом легко, зайдя на любой антиклерикальной или атеистический сайт или блог – почти все материалы там посвящены Русской Православной церкви» [1].

Любопытный факт: когда я проходила журналистскую практику в официальном издании Барнаульской Епархии, мой руководитель не рекомендовал использовать аббревиатуру «РПЦ», поскольку благодаря светским СМИ у многих людей она ассоциируется с насмешливым словосочетанием «ООО РПЦ».

Считаем, что этот факт обусловлен информационной кампанией против РПЦ (в основном проходившей в Сети) в 2011-2012 годах. Факт информационной войны признан большинством специалистов в

области взаимоотношений СМИ, государства и Церкви и самой Русской Православной Церковью. 3 апреля 2012 года прошло заседание Высшего Церковного Совета Русской Православной Церкви. По его итогам было опубликовано «Обращение Высшего Церковного Совета Русской Православной Церкви» [5]. В документе сказано, что информационная атака – это реакция немногочисленной, но влиятельной группы антицерковных сил, на «активную позицию Церкви по многим социальным вопросам и деятельное участие в разрешении актуальных социальных проблем»

Александр Щипков (журналист, автор книги «Территория Церкви. Информационная атака на Русскую Православную Церковь Московского Патриархата в 2011-2012 годах»): «Если при советской власти все силы были направлены на то, чтобы доказать, что Бога нет, то сегодня осуществляется попытка убрать церковь как мистический институт. Доказать, что она давно уже исчезла. Ибо исчезновение церкви – это разрыв со Христом и разрыв общества внутри России» [2].

Журналист Щипков приводит доказательства тому, что муссирование скандалов вокруг Церкви – результат чьей-то целенаправленной деятельности. Прочитируем одно из них: «Недостоверные негативные сведения о Русской православной церкви в России, по подсчётам независимых экспертов в области медийных исследований, вбрасываются в пространство Интернета минимум раз в неделю. Как ни странно, в один и тот же час – в 15.00. Аккаунты-первоисточники живут максимум неделю, после чего, разумеется, исчезают. А негативная новость продолжает жить, переходя от одного пользователя к другому, обрастая новыми душераздирающими подробностями. Так распространяется информация о бесконечном числе пьяных батюшек на «мерседесах» и отказах от сана «особо совестливых» священников, которые не могут более служить в такой «порочной» церкви» [2].

Информационная кампания против РПЦ, по признанию специалистов, завершилась к началу 2013 года. В 2014 году нами были исследованы три издания – «Свободный курс», «Независимая газета» (с приложениями) и «Известия». Не удалось выявить каких-либо выраженных закономерностей, стратегий изданий в отношении материалов о религии. Одна и та же газета может публиковать абсолютно разные материалы – как позитивные, так и негативные, как критические, так и одобрительные.

Уровень журналистских материалов о религии достаточно высокий. Много аналитических публикаций. Практически всегда это аргументированные, взвешенные тексты, являющиеся отличной

«пищей для размышлений» аудитории. Профессионально-этические нарушения в материалах о Церкви журналисты допускают сравнительно редко, и чаще всего они объясняются стремлением к созданию сенсаций.

Жанрово-тематическая палитра материалов о СМИ радует разнообразностью. Однако в светских СМИ мало по-настоящему миссионерских материалов, способных показать аудитории сокровища веры. К сожалению, среди материалов о Церкви редко встречается интервью – тот жанр, через который лучше всего показывать людям модели поведения, образцы для подражания. Светские СМИ создают мало материалов именно о православной вере, делая акцент на Русской Православной Церкви не как сакральном проводнике между Богом и людьми, но как на деятельной могущественной организации; ракурс уходит к политике и скандалам.

Многие журналисты и политики отмечают негативную тенденцию сближения правительства и глав Церкви, а также попытку сделать Православие идеологией России – так называемую «клерикальную идеологизацию государства»

Сергей Бурьянов, автор книги «Свобода совести. Проблемы теории и практики», кандидат юридических наук, ведущий научный сотрудник института свободы совести, пишет: «Термин «клерикализация» не вполне соответствует действительности. Кто является ведущим во взаимоотношениях церковь-государство? Термин подразумевает, что лидером является религиозная организация. Это не так. Государство является главным партнером, а Церковь – ведомым партнером. Поэтому, на мой взгляд, наиболее точное понятие – клерикальная идеологизация государства» [3].

Александр Солдатов, главный редактор информационно-аналитического интернет-издания о религии поддерживает и развивает эту мысль: «В нашей стране, к сожалению, тысячелетний опыт клерикализации, который закончился катастрофой 1917 года. То, что происходит сейчас, больше похоже на слабую пародию, фарс, по сравнению с тем, что мы пережили в прошлых столетиях. Это фарс чреват опасностями для нашей страны. Трагедия состоит в том, что сама Православная религия в условиях клерикализации перестает быть религией, и перестает быть Православием. Становится одной из форм выхолощенной идеологии... Это еще и повторение трагедии, которая постигла идеологию Советского Союза... Только эту идеологию будут называть Православием – православизм» [3].

Однако есть и противоположная точка зрения на проблему.

В программе «Безобидный разговор» публицист Александр Щипков заявил, что процесс идеологизации православной вере не



грозит. «Это одна из таких распространенных мифологем о том, что коммунистическую идеологию в России заменила идеология религиозная, в частности православная. На самом деле, коммунистическую идеологию в России заменила идеология либеральная. Мы живем в либеральном государстве с либеральной идеологией. А Православие в этом смысле, если рассматривать как идеологию, находится сейчас на периферии, на обочине, так сказать, борьбы идей» [4].

Сотрудничество РПЦ и СМИ необходимо развивать, это направление является взаимовыгодным для обеих сторон. Материалы о РПЦ пользуются интересом у аудитории, а сотрудничество со СМИ помогает Церкви говорить с невоцерковленными людьми, стучать в каждый дом. Здесь уместно вспомнить: «Се, стою у двери и стучу: если кто услышит голос Мой и отворит дверь, войду к нему, и буду вечерять с ним, и он со Мною» (Откровение Иоанна Богослова 3:14-22)

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Берхин В. Электронный мир веры // Нескучный сад. – 2013. – № 5-6. – с.16-18.
2. Щипков А. Территория Церкви. Информационная атака на Русскую Православную Церковь Московского Патриархата в 2011–2012 годах. – М.: Изд-во «Индрик». – 2012. – 176с.
3. Православие в законе [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=1a9IVBBZSjo&feature=kr>.
4. Гатилин А. «Безобидный разговор»: Константин фон Эггерт vs Александр Щипков [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: <http://www.pravmir.ru/bezobidnyj-razgovor-konstantin-fon-eggert-vs-aleksandr-shhipkov-videotekst/>
5. Обращение Высшего Церковного Совета Русской Православной Церкви, 3 апреля 2012 [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2135736.html> .

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО И ЛИЧНОСТЬ В УСЛОВИЯХ МЕДИАТИЗАЦИИ (ЯЗЫКОВЫЕ, ФИЛОСОФСКИЕ, КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ, ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ)**

### **ПРОГНОСТИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ КАК МЕХАНИЗМ ОПЕРИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕКОМ В УВЕЛИЧИВАЮЩЕМСЯ ПОТОКЕ КУЛЬТУРНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

*Д.П. Андреев*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии, аспирант  
Научный руководитель – *В.А. Ельчанинов*, доктор филос. наук, профессор

В наше время уже становится избитым тезис, в котором утверждается, что происходит неконтролируемое увеличение количества культурной информации. Поэтому наиболее актуальной темой становится поиск механизмов оперирования человеком всё возрастающего потока культурных инноваций.

Общеизвестно, что неспособность реципиента непрерывно усваивать новое за счет индивидуальных способностей резко повышает его избирательность. Отсюда и возникает основная проблема нашего века - эклектичное восприятие инновационной культуры. Неизбежное увеличение избирательности пропорционально росту инноваций ведёт к трем следствиям. Во-первых, критерии отбора информации становятся всё более случайными, произвольно предпочтительными, и вместе с этим уменьшается однородность культурных благ, воспринимаемых каждым человеком. Во-вторых, вместе с избирательностью восприятия культуры растёт неоднородность культурного типа публики, т.е. растёт социально-неравное распределение знания. В-третьих, растёт интерес к тем культурным запасам, что в противоположность быстротечной новизне обещают надолго сохранить свою культурную ценность. Классика противопоставляется культурной современности, характеризующейся возросшей динамикой инновации, - как то, что не устаревает, несмотря на свою древность, – т.е. обладает постоянной культурной ценностью и определяет учебный канон индивидуального и школьно-университетского образования.

Таким образом, последствия сгущения культурных инноваций ведут к изменению восприятия времени, в частности расширению прошлого. Происходит сокращение хронологического расстояния до ставшего нам чуждым прошлого и прогрессирующее уменьшение числа лет в будущем, по прошествии которых нам суждено попасть в жизненные отношения, существенно отличные от нынешних. Настоящее как отрезок времени, отмеченный постоянством важных культурно-исторических элементов, сокращается с увеличением этих культурно-исторических элементов. При этом рост числа обновляющегося дополняется возрастанием количества устаревающего. Следовательно, в динамической цивилизации растёт множество элементов культуры, этих реликтов культуры настоящего, которые ещё принадлежат настоящему и всё же твердо относятся ко вчерашнему или даже позавчерашнему дню.

Как нами уже было отмечено выше, утверждается ценность классики, этой исторической культуры. При этом надо отдавать себе отчёт, что историческая культура - это специфически современная культура, потребность в которой увеличивается вместе с динамикой современной цивилизации. И эта потребность есть стремление, в условиях сокращения настоящего, установить связь между настоящим и расширяющимся прошлым. И установлением этой связи, как раз и занимается историческое сознание. Которую мы трактуем, как многообразное по форме осознание, восприятие, оценка и эмоциональное переживание накопленного социокультурного опыта с целью установления идентичности со своей историей.

Работа исторического сознания по удовлетворению увеличивающегося спроса на результаты испытанной и надёжной селекции социокультурного опыта оказывает влияние на те процессы отбора информации через которые мы уже в настоящем пытаемся предвосхитить будущее устаревание культурного материала. Т.е. растущее производство прошлого втягивает в историческое сознание, помимо нашего настоящего прошлого, также и наше настоящее, которое станет в будущем прошлым. Историческое сознание, рассматривая это будущее прошлое, занимается селекцией и сохранением источников культурного опыта, которые будут столь же необходимы, сколь и достаточны для будущей историографии нашего настоящего, ставшего прошлым. Этим опережающим историзированием, когда настоящее воспринимает себя в качестве будущего прошлого, представляя себя при этом как материал будущего исторического рассмотрения, и занимается прогностическая функция исторического сознания.

В истории философии было множество взаимоисключающих трактовок прогностической функции исторического сознания. Но, на наш взгляд, при их анализе, можно выделить общие темы, которыми описывается прогностическая функция исторического сознания.

Первая тема, которая встречается практически в каждой концепции, рассматривает прогностическую функцию исторического сознания как необходимую для создания связи между прошлым, настоящим и будущим. Например, отечественный философ Арсений Владимирович Гулыга писал, что «историческое сознание - освоение человеком (индивидом, социальной группой, человечеством) своего положения во времени, связи прошлого с настоящим и будущим» [1]. Другой отечественный философ – Андрей Александрович Линченко, рассматривая концепции исторического сознания немецких мыслителей второй половины XX – начала XXI века, отметил, что «принципиальная позиция Й. Рюзена, как и большинства современных немецких исследователей, в невозможности четкого разделения прошлого, настоящего и будущего. Более того, все три модуса времени, по его мнению, открыты друг другу...» [2]. Немецкий философ Йоахим Риттер отмечал, что человеку, в эпоху господства буржуазии, присуще «раздвоение»: с одной стороны это эмансипация от феодальных связей (что хорошо), но с другой - отрыв человека от собственных истоков. Это «раздвоение» между будущим и истоком. Отсюда, задача «...исторического сознания – в условиях беспрецедентной «аисторичности» восстановить связь между «истоком» и «будущим». Эта гармоничная связь формирует основы ориентации человека в мире [3]. Данная тенденция была удачно сформулирована немецким философом истории Герман Люббе в качестве термина – «опережающее историзирование». Опережающее историзирование это выражение потребности человека своё настоящее воспринимать в качестве будущего прошлого, представляя его при этом как материал будущего исторического рассмотрения. Цель опережающего историзирования – это отсеять излишнюю культурную информацию и пытаться усваивать только ту информацию, которая трактуется им как непреходящая, как то что станет классикой.

Вторая основанная тема тесно связана с первой. Опережающее историзирование, эта связь всех модусов времени рассматривается с перспективы выявления некой исторической ценности прогнозируемого для социума. В частности, отечественный философ Дмитрий Константинович Куликов отмечает, что «...предвосхищение будущего выступает: 1) как форма критически осмысленного восприятия исторического в социальной перспективе; 2) как способ

вовлечения поколения в историю (взаимодействия поколений)» [4]. Уже упомянутый нами, немецкий философ истории Г. Люббе рассматривает историческое сознание, как способ понять наше собственное прошлое в его элементах, которые становятся нам чужими, сохранение и усвоение этого прошлого, а так же для того, чтобы отчётливо понять и сохранить прошлое всего человечества [5]. Отсюда, ценность той классической культурной информации, которую индивид предвидит опираясь на опережающее историзирование всегда происходит с точки зрения социальной перспективы. Т.е. индивид не может в одиночку решать, что есть классика, а что нет. Требуется некое интересубъективное согласие по поводу ценностного статуса культурной информации. При этом в этой интересубъективной оценке происходит активное взаимодействие поколений. Возникает суждение о культурной информации через накопленный социальный опыт. Поэтому-то прогностическая функция исторического сознания и выступает как специфический способ организации социокультурного опыта в потоке культурной информации.

И наконец третья распространённая тема в трактовках прогностической функции исторического сознания - это попытки выявления если не законов, то тенденций развития истории. Прошлое, как сокровищница «культурного опыта» позволяет видеть существенные стороны истории и выводить на этой основе тенденции развития. О необходимости выявления определяющих историческое развитие тенденций, писал ещё пионер изучения исторического сознания в отечественной философии Юрий Александрович Левада [6]. М.В. Литвинов отмечал, что стремление понять истинное содержание истории связано с возможностью «через призму прошлого прогнозировать основные черты будущего» [7], что возможно, по его мнению, только опираясь на объективные исторические закономерности. Валентин Александрович Ельчанинов отметит, что прогностическая функции исторического сознания – есть выявление постоянных, необходимых и закономерных связей в социально исторической действительности как по отношению к будущему так и прошлому [8]. Следовательно, важнейшим способом организации социокультурного опыта, в концепциях философов, выступает поиск и выявление тех тенденций истории, которые могут убедительно описать ту связь времён, то опережающее историзирование культурных инноваций о котором мы говорили выше.

Подводя итоги доклада, мы можем предложить рабочую дефиницию того механизма оперирования человеком во всё увеличивающемся потоке культурной информации, который мы

называем прогностической функцией исторического сознания. Прогностическая функция исторического сознания - это опережающее историзирование накопленного социокультурного опыта, с целью выявления исторической ценности социально прогнозируемого, опираясь на обнаруженные тенденции развития истории.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гулыга А.В. Историческое сознание // Современные проблемы философии истории: Тезисы докладов межвузовской научной конференции. – Тарту. – 1979. – с. 16 – 18.
2. Линченко А.А. Проблема исторического сознания в немецкой философии и теории истории во второй половине XX – начале XXI века // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2013. – №4. – с. 137 – 142.
3. Плотников Н.С. Реабилитация историзма. Философские исследования Германа Люббе // Вопросы философии. – 1994. – №4. – с.87 – 93.
4. Куликов Д.К. Историческое сознание как социокультурная универсалия: автореферат дис. ... кандидата философских наук. – Ростов-на-Дону. – 2008. - 31 с. – с. 26-27.
5. Люббе Г. В ногу со временем. О сокращении нашего пребывания в настоящем // Вопросы философии. – 1994. – №4. – с.94 – 107.
6. Левада Ю.А. Историческое сознание как социально-философская проблема // Философские проблемы исторической науки. – М.: Наука. – 1969. – с. 186 – 225.
7. Литвинов М.В. Объективные и субъективные факторы классовой обусловленности исторического сознания // Диалектика форм и уровней общественного сознания: межвузовский сб. науч. ст. – Барнаул: Изд-во. АлтГУ. – 1988. – с.9 – 21.
8. Ельчанинов В.А. Историческое сознание и его роль в жизни общества. – Барнаул: Изд-во АлтГУ. – 2012. – 167 с. – с. 100.

## МЕДИАТИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

*А.Д. Дерендяева*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций,  
филологии и политологии, 1 к. маг.

Научный руководитель – *Я. Ю. Шашкова*, доктор полит. наук,  
профессор

Инструменты реализации власти не остаются неизменными на протяжении веков: в ходе трансформаций социокультурного и политико-символического контекста, они претерпевают изменения. Наглядным примером данного процесса, служит возвращение института выборов в 2012 г., которое изменило характер политической борьбы в регионах. Решающей детерминантой в ходе избирательной кампании, вновь становится популярность кандидата, поддержка его электоратом.

Специфика политического лидерства в современном обществе такова, что граждане формируют, как правило, свои представления о политиках не в результате непосредственного контакта с ними, а на основе символической репрезентации последних в СМИ. Появление высокотехнологичного медийного инструментария предъявляет новые требования к коммуникационному «посланию» лидера. Таким «посланием» сегодня становится в первую очередь не идеология или программа, а образ политического лидера, который транслируется в массовое и индивидуальное сознание граждан.

Формирование и продвижение образа политического лидера в условиях информационного общества происходит с помощью медиатизации, которая предполагает использование электронных масс-медиа. Политический авторитет лидера становится сегодня публичным капиталом (т.е. капиталом известности), который накапливается не медленным завоеванием популярности в рядах партийных активистов, а быстрым получением доверия и поддержки в большой и разнородной аудитории СМИ, а также влиятельных элитных группах.

В последнее время все более массовым СМИ становится Интернет, в котором имеется набор специфических средств коммуникации. Для целей политической рекламы и создания своего виртуального имиджа к Интернету обращается все большее количество политиков.

Анализ политического лидерства в современной России показывает, что зафиксированные выше изменения роли образа в

осуществлении политического лидерства в полной мере характерны и для отечественной политической практики. Исследование, проводимое нами, представляет собой попытку изучения образа региональных политических лидеров в Интернет-СМИ, которые участвовали в выборах на должность губернатора Алтайского края. Данный анализ позволит нам проследить какую роль играет медиатизация, как способ формирования образа политиков, в нашем регионе.

В 2014 г. для участия в выборах, свои кандидатуры зарегистрировали пять политических лидеров – Александр Карлин («Единая Россия»), Андрей Щукин (ЛДПР), Сергей Юрченко (КПРФ), Олег Боронин («Справедливая Россия»), Владимир Кириллов («Зелёные»). Эмпирический материал для анализа был взят из 5 информационных порталов: «Алтапресс» [1], «Амител» [2], «Атмосфера» [3], «Банфакс» [4], «ПолитСиб.Ру» [5]. Также рассматривалась предвыборная программа кандидатов в губернаторы Алтайского края, которая была выложена на сайтах политических партий, от которых выдвигался кандидат. Мониторинг информации осуществлялся нами со дня официальной регистрации кандидатов в губернаторы. На основании того, что первым из зарегистрированных оказался А. Карлин (30 июля), анализ был проведен в период с 30 июля по 30 августа 2014 г.

Нами были выделены компоненты, которые на наш взгляд, особенно важны в ходе формирования образа на избирательной кампании: биография, политические позиции, а также практическая политика [6].

Первый компонент, биография политика, рассказывает о его профессиональных достижениях, которые были у него до того, как он стал заниматься политической деятельностью. Второй компонент, который нами анализировался это политические позиции кандидата. Их мы оценивали с точки зрения предвыборной программы политического лидера. В ней анализировалось то, как отражаются общественные проблемы и актуальные направления для развития края. Также изучались заявления, обещания, мнения кандидатов в губернаторы в СМИ. Третий компонент имиджа, практическая политика, предполагает мониторинг реальных действий кандидата: его участие в массовых акциях, его деятельность в различных общественных мероприятиях. Уровень требований к кандидату на этом направлении, особенно высок: информация о его неудачах в реальной политике, превращается в мощный дискредитирующий фактор, способный в некоторых случаях перечеркнуть перспективы карьерного роста и положительного образа.



Первый компонент образа кандидатов – биография, проявился в 2 публикациях на информационных порталах: «Атмосфера» и «ПолитСиб.Ру». Стоит отметить, что Интернет - СМИ акцентируют внимание на управленческом опыте кандидатов в губернаторы [5]. В остальных Интернет-изданиях, рассматриваемых нами, факты из жизни политических лидеров не упоминались. Таким образом, можно сказать, что за месяц информационные порталы в ходе избирательной кампании, не акцентировали внимание на биографии кандидатов. Данный аспект говорит о том, что в современном обществе потенциальному электорату нужны эффективные управленцы, поэтому имиджмейкеры уделяют больше внимания практическому опыту политиков, нежели событиям из личной жизни.

Второй компонент образа, который нами анализировался это политические позиции кандидата. Данный блок мы рассматривали через предвыборную программу кандидатов в губернаторы, а также с помощью информационных порталов, на которых, в течение месяца была проведена выборка сообщений по отдельным заявлениями, решениям, установкам кандидата. Стоит отметить, что предвыборные программы кандидатов в губернаторы нашли свое частичное отражение только на информационном портале «ПолитСиб.Ру», остальные Интернет-СМИ, не упоминали о программе кандидатов ни разу. Данный процесс подтверждает гипотезу о том, что и в Алтайском крае произошла трансформация инструментов борьбы за власть от идеологии и программ к образам политиков.

Также, можно констатировать, тот факт, что предвыборные программы кандидатов на должность губернатора имеют ряд схожих особенностей. Почти в каждой подчеркивается уникальность Алтайского края, делается акцент на аграрной политике, важности сельского хозяйства. Программы акцентируют свое внимание на «диалоге с народом», пишут о важности процесса участия электората в разработке долгосрочных программ, формировании открытости, гласности работы органов власти.

Стоит отметить, что у кандидатов, кроме В. Кириллова, программы направлены на все возрастные группы - от молодого до пожилого поколения, что говорит о создании образа политика, который бы привлек всех граждан, а не только узкую группу электората.

В целом, комплексно проработанные программы, на наш взгляд у А. Карлина [5] и О. Боронина [7]. У А. Щукина [8] и С. Юрченко [9] отсутствуют методы реализации, предлагаемых ими проектов. Предвыборная программа В. Кириллова представляет собой, скорее

набор громких лозунгов и обещаний, чем конкретных действий по реализации задач.

Третий компонент, изучаемый нами, практическая политика, показал, что основные новости, были связаны с именем А. Карлина (всего упоминаний за анализируемый период 152), фактически все из них положительного характера. Стоит отметить, что внешние и внутренние события, связанные с жизнью Алтайского края, в которых был задействован кандидат, сформировали позитивный образ для него, как политического лидера.

Так, например, ограничения импорта продовольствия из некоторых стран, которые ввели санкций против российских компаний, дали возможность А. Карлину сформировать положительный имидж Алтайского края, как «аграрного региона, который может прокормить всю Россию». Что касается внутренних событий региона, то стоит отметить, что за месяц, в области социальной политики – А. Карлин поддержал строительство новых сельских дорог, направил средства на развитие сельских школ. В области культуры А. Карлин и краевая администрация наладили сотрудничество с руководством Государственного Русского музея, которое приняло решение об открытии культурно-выставочного центра на базе Государственного художественного музея Алтайского края.

Даже такое стихийное бедствие, как наводнение, которое обрушилось в этом году на Алтайский край, смогло оказать положительное влияние на образ губернатора. Как отмечают многие региональные эксперты, А. Карлин предстал для жителей края в образе всенародного спасителя и героя, поскольку врио губернатора смог привлечь помощь федерального центра в устранении наводнения, а также оказал материальную поддержку пострадавшему населению. За короткий срок в крае, восстановили многие разрушенные участки дорог и мостов, что говорит о эффективном сотрудничестве кандидата с центром.

Объем информации о политической практике других кандидатов, в разы меньше по сравнению с А. Карлиным. О кандидате от ЛДПР за месяц обнаружено две новости, упоминаемые в разных источниках. Об одной из них информирует информационный портал «ПолитСиб.Ру», который указывает, что А. Щукин вновь становится самым упоминаемым депутатом АКЗС, поскольку о нем много говорили в СМИ как о кандидате в губернаторы Алтайского края. А также такие источники, как ИА «Амител», пишут о законопроектах, предложенных кандидатом в губернаторы в августе.

С. Юрченко также упоминался небольшое количество раз. Одной из таких новостей, стало сообщение о его жалобе в ЦИК РФ на использование А. Карлиным своего служебного положения для ведения избирательной кампании.

Кандидат в губернаторы от партии «Справедливая Россия» О. Боронин, за весь месяц, упоминался с одной новостью, в которой говорилось о его участии во всемирной акции ALS Ice Bucket Challenge («Ледяной дождь») [4].

Упоминания о В. Кириллове также встречаются редко, в которых говорится о нем, как о зарегистрированном кандидате.

Таким образом, оппоненты А. Карлина, предстают для электората в образе бездейственных кандидатов, поскольку они фактически не участвуют в политическом процессе публично и открыто, о них не упоминают в Интернет - СМИ.

Результаты исследования образа политических лидеров подводят к однозначному выводу безусловном приоритете А. Карлина в информационном пространстве, что послужило одним из факторов успешно проведенной кампании (73% голосов на выборах 14 сентября 2014 г.).

ИА «Амител» упоминает его чаще, чем другие информационные порталы, однако его биография почти не задействована в построении образа. А. Карлин предстает перед избирателями в виде лидера, заботящегося о крае и его жителях. По типологии политического лидерства Дж. Херманн, его можно представить как «лидера – пожарного», который оперативно реагирует на проблемы, возникающие в регионе. В целом его образ, носит положительную окраску.

О других кандидатах чаще всего упоминает информационный портал «Атмосфера», однако информации о них, крайне недостаточно, что не дает электорату сформировать полноценный образ лидера. В такой ситуации кандидат оказывается фактически неизвестным и непопулярным, неспособным привлечь интерес электората, и выиграть региональные выборы.

Таким образом, активное использование каналов трансляции Интернет-СМИ для формирования образа позволяет политическому лидеру эффективно воздействовать на аудиторию, повышая свою привлекательность среди избирателей. Идеология и программа фактически становятся второстепенными инструментами формирования личности лидера, фактически вытесняются из политического поля и не действуют на электорат.

В целом, Интернет-пространство в полной мере становится политическим актором и одновременно идеальной площадкой для формирования политического дискурса, свободного комментирования актуальной «повестки дня» и влияния на нее. Можно, таким образом, говорить о медиатизации образа политических лидеров и в нашем регионе.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Издательский дом «Алтапресс» [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: <http://altapress.ru> (дата обращения: 27.08.2014)
2. Информационный сервер «Амител» [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: <http://www.amic.ru> (дата обращения: 02.09.2014).
3. Информационное агентство «Атмосфера» [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: <http://www.asfera.info> (дата обращения: 28.08.2014).
4. Информационное агентство «Банкфакс» [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: <http://www.bankfax.ru> (дата обращения: 05.09.2014).
5. Информационный портал «ПолитСиб.Ру» [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: <http://politsib.ru> (дата обращения: 05.09.2014).
6. Волкова И.В., Клеменко В.В., Сафразьян Л.Т. Имидж политических лидеров в СМИ. – Мир России. – 1997. – с. 74.
7. Новый Алтай: 5 шагов к процветанию - программа кандидата в губернаторы / О.Боронина [Электронный ресурс]. – URL: <http://altai.spravedlivo.ru/005108605.html> (дата обращения: 29.08.2014)
8. Программа кандидата на должность Губернатора Алтайского края Андрея Щукина [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ldpr-altai.ru/programma.html> (дата обращения: 29.08.2014).
9. Алтайский край. Массовым тиражом вышла в свет листовка с программой кандидата на должность губернатора С.И. Юрченко

[Электронный ресурс]. – URL: <http://kprf.ru/party-live/regnews/133205.html> (дата обращения: 27.08.2014).

## **ИЗМЕНЕНИЕ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ АВТОРОМ И ЧИТАТЕЛЕМ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ИНТЕРНЕТ-РЕЦЕНЗИИ)**

*С.А. Медведев*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии, 2 к. маг.

Научный руководитель – *А.А. Чувакин*, доктор филол. наук, профессор

Система отношений Автор-Читатель в художественной литературе носит достаточно устоявшийся характер. Согласно мнению исследователя Н.Н.Михайлова [1], создавая художественный текст, Автор предполагает, что итоговое художественное произведение будет критически оценено Читателем. Читатель, в свою очередь, подходит к чтению художественных текстов с критической стороны (подчас даже не осознавая этого, подсознательно), оценивая представленный текст и формируя о нем собственное мнение.

Читательская реакция на текст в традиционной печатной литературе зачастую не отображается вербально, за исключением редких устных оценок читателей, коллег, друзей. Вне интернет-коммуникации оценка литературных произведений осуществляется преимущественно посредством критических статей или литературных обзоров, авторами которых становятся квалифицированные специалисты, получившие специальное образование и сформировавшие навыки, необходимые для написания полноценных рецензий. Как и большая часть средств массовой информации, издания, публикующие на своих страницах рецензии на художественные произведения, также следят за качественной составляющей публикуемых критических материалов.

Рассматривая современную литературную рецензию в свете основных культурных тенденций, исследователи отмечают, что «рецензенты выносят оценку, прежде всего, самому произведению, его форме, стилю, сюжету, затем идейному содержанию произведения и ценностным установкам автора» [2]. Таким образом, на сегодняшний день рецензия ориентирована в первую очередь на оценку

художественного произведения как единой совокупности, а детальное рассмотрение каких-либо аспектов представленного текста может и не проводиться вовсе.

Одной из тенденций развития рецензии в современном коммуникативном пространстве стало также общее уменьшение объема критических материалов, причем некоторые исследователи говорят даже о выделении отдельного жанра мини-рецензии. Данная тенденция, на наш взгляд, обусловлена в том числе и тем, что многие из критических материалов публикуются в рамках Глобальной Сети, испытывая на себе влияние пространства Интернет-коммуникации.

Каждый из публикуемых в свободном доступе художественных текстов потенциально попадает под оценку неограниченного числа людей. Если в традиционной литературе создание рецензий было делом квалифицированных специалистов, то в рамках Интернет-коммуникации стать рецензентом может фактически каждый читатель. Однако, «несмотря на то, что количество площадок для литературно-критического высказывания существенно возросло, о достаточной ривитости литературной «инфраструктуры» и об адекватности современной литературной рецензии эстетическим, этическим, аксиологическим и иным запросам аудитории говорить не приходится» [там же].

В рамках Интернет-коммуникации вообще и сетературы (то есть литературы в Интернете) в частности Автор художественного текста может гораздо ближе общаться со своей публикой и оперативно получать читательскую реакцию на текст, что зачастую недоступно вне Интернет-коммуникации.

В рамках других исследований нами было рассмотрено влияние различных сопутствующих элементов на понимание и истолкование смыслов текстов в пространстве Интернет-коммуникации [см.: 3; 4] и на различия в форме выражения читательской реакции на текст, следствием чего стало выделение характерных черт жанра рецензии в Интернете, то есть Интернет-рецензии. В соответствии с пониманием жанра М.М. Бахтиным, под Интернет-рецензией мы понимаем сообщение критического характера на художественный текст или его фрагмент, представленный в рамках Интернет-коммуникации.

Значимость Интернет-пространства и читательских отзывов (то есть Интернет-рецензий) для развития литературы была отмечена в послесловии к роману Дмитрия Глуховского «Метро 2033». Автор сообщает, что изначально главы романа публиковались на одноименном сайте в сопровождении с музыкальными файлами, которые рекомендовалось слушать при чтении. В свою очередь

читатели могли не только высказывать свою оценку представленным материалам, но и вносить советы по изменению какой-либо части текста. Как сообщает автор, рецензии читателей послужили поводом для внесения ряда правок в изначальный текст перед его публикацией в виде книги.

Данный случай наглядно демонстрирует, как в рамках Интернет-коммуникации общение между Автором и Читателем из монологического (когда Автор по сути мог только высказываться, не получая читательского отклика) становится диалогическим. Вследствие того, что под текстом художественного произведения можно оставить текст рецензии, а под текстом рецензии – текст замечания и т.д., цепочка связанных между собой текстов фактически предстает в формате диалоговых реплик. В ходе данных диалогов коммуниканты могут обсуждать содержание произведения, выявлять его сильные и слабые стороны, аргументировать свою точку зрения и так далее. Пример коммуникации между Читателем и Автором рассмотрим на материале произведения Вадима Доннерветтера «Мгновения жизни и дозы смерти», опубликованного на сайте Проза.ру, являющегося крупнейшим порталом о современной русскоязычной прозе:

*Рецензия на «Мгновения жизни и дозы смерти» (Вадим Доннерветтер)*

*Не ожидала от вас, Вадим, что вы можете иногда перевоплощаться в наблюдателя-художника... Вы - разный, вы - тонкий, вы - наблюдательный. У вас есть всё для того, чтобы написать роман века...*

*Алла-Аэлита*

*Алла Богаева*

*Какие прекрасные фотографии. Глаз оторвать невозможно...*

*Алла Богаева*

*Спасибо, Алла. Не ожидал такого приятного отзыва) Не всем эта миниатюрка по вкусу. А фотографии... В контакте есть еще много, если интересно)*

*Вадим Доннерветтер*

Читатель, Алла Богаева, выносит оценку данному художественному тексту, позднее добавляя к своей рецензии комментарий («Какие прекрасные фотографии...»). С помощью ответного комментария («Спасибо, Алла...») Автор представленного текста вступает в диалог со своим читателем, в данном случае

акцентируя внимание на противоречивом характере художественных достоинств произведения («Не всем эта миниатюрка по вкусу»). В результате подобного обсуждения уже опубликованный текст может быть подвергнут редактуре и позднее представлен в другом варианте. Выступая в данном случае в роли редактора, читатель может не только обозначить недостатки произведения (например, отсутствие выстроенного сюжета), но и указать на различные ошибки. Например:

*Рецензия на «Мгновения жизни и дозы смерти» (Вадим Доннерветтер)*

*Вадим, зимняя морозная ночь, это нечто. Разделяю Ваше поклонение ночи. Сорока - сорока пяти градусный, с сединой...мммм вкусное сравнение. Позвольте где-нибудь использовать эту метафору в отношении мужчин, которым она подходит, как ничто больше. к которым как раз имею слабость. Есть еще то, что я мечтаю увидеть. Северное сияние наверно в первых пунктах. Спасибо. Прониклась.*

*С Морозным теплом, Ната.*

*Наталья Брынских*

*Спасибо, Ната. Очень рад встретить родную душу. Конечно, берите) Мне, кст. уже сорок три. Седины только пока нет практически и дури еще хватает)*

*Вадим Доннерветтер*

*Хоть наши ночи и разные(в Ваших больше от Темного, а в моих от Светлого(посмотрите»Счастье»)),но дуальность заключается именно в этом. По поводу родной души, Вы меня опередили. И тема блица Темное-Светлое.(плюс оттенки) Так много тем. Попробуем? И возраст Ваш.*

*Наталья Брынских*

*Подумайте на тему блиц переписки стихами. Тему выбирайте.Любая выдуманная история. Я не ханжа. Жду.*

*Наталья Брынских*

*Должна такая переписка сама родиться в полутьме. Но без Луны и доли риска не пишется особо мне. Наверное разочарую, - я мрачный тип и дуэлянт. Вы ночь лелеете живую, - я ж пастырь грез и некромант.*

*Вадим Доннерветтер*

*Ну тогда наверно у меня остался последний козырь. «Змее». Уговаривать не стану, ибо не комильфо.Эххх не*



*хочется расстаться с таким Главным героем. Начну сама.*

*Наталья Брынских*

Представленный пример наглядно демонстрирует, насколько непринужденным может быть общение между Автором и Читателем в рамках Глобальной Сети.

При анализе отношений между Автором и Читателем на материале ИР важно отметить, что в рамках ИК художественный текст и опубликованные на него рецензии существуют в рамках одного текстового пространства, то есть фактически составляя совокупность вторичных текстов, которую впоследствии и анализируют читатели.

*Рецензия на «Мгновения жизни и дозы смерти» (Вадим Доннерветтер)*

*Вадим, я здесь ниже прочла коммент Аллы Аэлиты и он в точности совпадает с моим мнением. Поэтому присоединяюсь с ее мне позволения. Пишете шикарно. Богатый слог, образно, насыщено, наполнено чувствами, эмоциями и ... Про мороз круто написано.*

*С ув. София Полянская*

*Спасибо, София, огромное. Так важно порой услышать добрые слова. А то вечно сомневаешься в том, зачем тут вообще проводишь время)*

*Вадим Доннерветтер*

Как видно из нашего примера, рецензент София Полянская ознакомилась не только с представленным художественным текстом, но и с рецензиями, написанными другими пользователями (в данном случае – Аллой Аэлитой) и, возможно, их содержание было учтено при написании собственного ответного сообщения. Вне Интернет-коммуникации художественный текст и написанные на него рецензии существуют в разных текстовых пространствах, будучи опубликованными, например, в разных номерах литературного журнала или вообще в разных изданиях. Таким образом, в рамках традиционной печатной литературы читатель оценивает содержание произведения отдельно от текстов рецензий, не опираясь тем самым при формировании собственного мнения на оценки других читателей.

Анализ фактического материала наглядно демонстрирует, каким образом на данном момент развиваются отношения между Автором и Читателем в рамках Интернет-коммуникации. Выделенные тенденции изменения характера взаимоотношений коммуникантов демонстрируют динамичный характер Человека Говорящего (Homo Loquens) в Глобальной Сети и создают основу для последующих

исследований в области Интернет-коммуникации и жанроведения в Интернете.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Михайлов Н.Н. Теория художественного текста. – М. – 2006. – 224 с.
2. Башкатова А.Г. Литературная рецензия в контексте современных тенденций развития культуры: автореф. на соиск. степени канд. филол. Наук. / Башкатова А.Г. – МГГУ. – М. – 2013. – 25 с.
3. Медведев С.А. Влияние среды функционирования на развитие смыслов Интернет-миниатюры // Организация работы с молодежью. – 2012. – № 9.
4. Медведев С.А. Синтетичность применения письменной и устной речи как характерная черта интернет-речи // Глобальные и региональные коммуникации: настоящее и будущее: тезисы докладов на XV Международном Балтийском коммуникационном форуме: в 2 частях. – СПб., – 2013. – Ч.1.

#### ЧЕРТЫ РОССИЙСКОЙ КИБЕРСПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

*Я.В. Медведева*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций,  
филологии и политологии, 2 к. маг.

Научный руководитель – *И.В. Фотиева*, доктор филос. наук,  
профессор

Киберспорт – одна из самых быстро развивающихся сфер молодежной культуры. Если два года назад поклонников соревновательного сегмента компьютерных игр насчитывалось не так много, то сегодня эта волна захватила более миллиона игроков и поклонников по всему миру. Киберспорт насчитывает около десятка соревновательных дисциплин с размером призового фонда в рамках одного турнира до 11 миллионов долларов. Киберспорт был признан

официальным видом спорта во многих странах мира, в том числе Южной Кореи и США. В 2002 году Россия стала первой страной, признавшей киберспорт официальным видом спорта, однако это решение было отменено в связи с неразвитостью данного направления в регионах страны.

Огромная и быстроразвивающаяся сфера в современном мире неспособна просуществовать без должного информационного обеспечения, что подтолкнуло развитие особого направления в медиа – киберспортивной журналистики. На данный момент эту сферу только в СНГ обсуживает несколько студий, более десятка крупных интернет-порталов, а также печатные издания.

Сегодня опыт изучения истории, теории и практики спортивной журналистики не так велик. Однако вопрос о киберспортивной отрасли и ее особенностях в научной литературе еще не ставился.

В ходе исследования была проанализирована работа 2 крупнейших студий по освещению киберспортивных событий в СНГ: Starladder и GS-studio, а также информационных порталов Virtus.pro, GosuGamers, Prodota. В качестве основного объекта было выделено освещение киберспортивных событий в дисциплине Dota2, так как именно она является наиболее популярной в России, исходя из рейтингов представленных изданий.

Анализ материалов и репортажей позволил выделить несколько характерных черт киберспортивной журналистики, которые позволяют ее выделить в ряде других направлений.

### **1. Транслитерация как основа языка киберспортивной журналистики.**

Все дисциплины в киберспорте основываются на зарубежном медиапродукте, а некоторые компоненты игрового интерфейса не были русифицированы окончательно. В результате этого широкое распространение получила транслитерация внутриигровых терминов с различными вариантами их произнесения. Как показывает анализ, более половины речи киберспортивных комментаторов составляют именно англоязычные слова в их транслитерированном виде.

Это был пример использования иностранной терминологии, которая широко распространена и в традиционных видах спорта. Обилие специфических слов делает речь комментатора фактически непонятной стороннему зрителю.

Вместе с тем именно транслитерационное произнесение всех внутриигровых терминов считается неофициально признанным в среде комментаторов и аудитории.

Примечателен и тот факт, что термины могут иметь производные, в том числе и частичные, с образованием новых форм слова уже по русской модели.

Например: defense – защита и defend – защищать, преобразуются в Дэф и Дэфать с теми же значениями.

Произношение отдельных терминов, никнеймов игроков может иметь и индивидуальный характер, зависящий от уровня владения языком, привычкой произнесения и т.п. Например: «orchid» имеет варианты «орхид» и «орчид», «qojqva» - «кошква», «койква».

## **2. Слияние ролей оператора, комментатора и аналитика.**

В отличие от комментаторов в традиционных спортивных дисциплинах, комментатор в киберспорте выполняет одновременно и роль оператора. Именно он управляет трансляцией, выбирая участок игровой карты, доступной для просмотра зрителям. Комментатор не зависит от режиссера и оператора в плане показа какой-либо важной информации. В то же время он может пропустить какое-либо важное событие на карте, если у него нет помощника-сокастера.

Тем не менее, на крупных турнирах по Dota2 (например, всемирный чемпионат The International, Dream League) появились люди, выполняющие функции оператора. Обычно это несколько человек, следящих за разными частями игровой карты и подающие информацию о происходящем на них. Главный оператор выбирает наиболее важный момент на данном этапе и выводит его на монитор комментатора. В этом плане комментирование киберспортивных дисциплин начинает приближаться к работе традиционных спортивных журналистов.

Аудитории киберспортивных дисциплин мало простого показа матча, в результате чего как до матча, так и во время и после него, комментатор выполняет функцию аналитика. Это необходимо не только для простого объяснения действий игроков со стратегической точки зрения, но и для прогнозирования событий. Например, в обязанности комментаторов входит анализ специальных таблиц – Fight Reser, из которых он должен сделать вывод, какие преимущества получила та или иная команда после боя и все ли необходимое было сделано для победы.

Публика предъявляет высокие требования к аналитическим способностям комментаторов, а результате чего комментатор в киберспорте помимо простого владения речью и адекватной реакции должен обладать большим игровым опытом и развитым аналитическим мышлением. Последнее, как показывают предпочтения

аудитории, имеет большее значение, в результате чего видными киберспортивными комментаторами все чаще становятся бывшие игроки из этой же дисциплины, например, Дмитрий LightOfHeaven Куприянов, Ярослав NS Кузнецов или Себастьян 7ckingMad Дебс.

### **3. Интерактивность как основа эфира.**

*В отличие от традиционных видов спорта, в киберспортивных дисциплинах публика может вступить в общение с комментаторами. Подобное общение осуществляется как посредством социальных сетей (комментаторы заранее озвучивают предпочтительный канал связи и дают на него ссылку), так и с помощью внутриигрового чата и чата на стриминговых сервисах (сайтах, где проходит трансляция). Помимо простого диалога публика может вносить свои коррективы в саму трансляцию, например, сообщить о том, что звук комментатора недостаточно громок или настройки его монитора слишком ярки и т.д.*

Нельзя не отметить и тот факт, что зрители зачастую могут помочь комментатору при анализе определенной ситуации или в случае пропуска важной информации. Кроме того, комментаторы всячески стараются стимулировать активность аудитории, поддерживая с ней контакт, а в некоторых случаях и выступая в качестве модератора чата, очищая его от неприемлемых сообщений.

Помимо обозначенного интерактивного общения с комментатором, аудитория также может и самостоятельно выбирать настройки для просмотра матча. Данная возможность доступна только во внутриигровом клиенте при наличии допуска к матчу (купленного билета лиги и т.д.). В данном случае зритель выбирает, какого из комментаторов он хочет слышать (и хочет ли слышать вообще) и от чьего «лица» видеть картинку. Таким образом, аудитория фактически имеет возможность поставить звук от одного комментатора, а камеру от другого. Кроме того, зрителям предоставляется возможность и вовсе взять камеру под свое управление, самостоятельно выбирая участок карты и героя для просмотра на своем экране.

### **4. Особое значение личности журналиста.**

На популярность канала и отдельного матча оказывает влияние личность комментатора. Как показывает анализ, при выборе между двумя равнозначными матчами решающим для выбора публики может стать именно сам комментатор. Таким образом, многие из зрителей фактически смотрят тот или иной матч именно из-за определенного комментатора.

Комментатор в киберспорте становится прежде всего медийной личностью, а не просто обслуживающим персоналом. Если

комментаторы в традиционных видах спорта фактически заканчивают свою работу после матча, то в киберспорте комментатор продолжает оставаться на связи с аудиторией после завершения трансляции и в ее перерывах. Это осуществляется как посредством уже обозначенных каналов связи в соцсетях, так и с помощью проведения трансляций собственной игры (стрима, в том числе и с подписчиками канала) или же розыгрыша внутриигровых бонусов среди аудитории.

Отдельные комментаторы обладают достаточной постоянной аудиторией, для того, чтобы получить поддержку крупных спонсоров. То есть инвесторам становятся интересны не только команды и отдельные игроки, но и киберспортивные журналисты, которые заключают контракты на рекламу.

Предварительный анализ позволил выделить несколько проблем киберспортивной журналистики в России:

- Аудитория отдает большее предпочтение комментатору-игроку, чем комментатору-журналисту, тем самым отмечая большую важность именно понимания игры, чем профессиональных качеств. Именно поэтому зачастую киберспортивная журналистика становится любительской, а не профессиональной.

- Вследствие того, что в киберспорте на комментатора возлагается на порядок больше функций и обязанностей (оператора, режиссера, модератора и т.п.), не все из них могут выполняться полноценно и квалифицированно. Тем не менее, важнее прочих может стать именно умение находить контакт с публикой, не давая ей скучать и предоставляя для нее актуальную информацию.

- Как уже было сказано выше, речь киберспортивных комментаторов сложна для восприятия непривычному слуху, поэтому незнакомому сложно влиться и понять, о чем именно говорится из-за обилия терминологии и иностранных слов, что может несколько отпугивать потенциальную аудиторию, близко не знакомую с игрой.

Тем не менее нельзя не отметить, что в диахронии отмечается уменьшение простого инфотейминга (развлечения аудитории) с заменой его, например, на аналитику (внедрение студий аналитики в рамках крупных турниров).

## **ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК СРЕДСТВО ПОЗНАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО БЫТИЯ**

*С.В. Мурзинцев*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций,  
филологии и политологии, аспирант

Научный руководитель – *И.В. Черданцева*, доктор филос. наук, доцент

Стремительное развитие информационных и коммуникационных технологий в XX – XXI веке повлекло за собой обсуждение и изучение проблем, связанных с пониманием таких понятий как информационное пространство, киберпространство, виртуальная реальность, информация и т.д.

Особый интерес исследователей в процессе повсеместного внедрения информационных технологий сфокусировался на определении понятия «виртуальная реальность». Но, в настоящее время, в научной литературе нет единого мнения к определению данного понятия. В связи с этим мы решили изучить распространённые подходы к определению понятия виртуальная реальность и на основе их выработать свое понимание виртуальной реальности как средства познания социального бытия.

Впервые понятие «виртуальная реальность» было введено в Массачусетском Технологическом Институте в конце 1970 года при создании прототипов мультисенсорных симуляторов, дисплеев [1]. Исследователи, вводя данное определение, пытались выразить идею присутствия человека в пространстве, создаваемым компьютерной техникой. После этого идея виртуальной реальности получила распространение среди исследователей различных научных направлений.

Стоит акцентировать внимание, что термин «виртуальный» использовался задолго до появления понятия «виртуальная реальность». Например, в физике было введено понятие виртуальных частиц, которые возникают только в акте взаимодействия [2] или понятие «виртуальное», используемое Анри Бергсоном как синоним возможного, потенциального. Необходимо так же отметить, что многие исследователи понимают термин «виртуальный» как что-то нематериальное, не телесное.

В научных работах рассматривается несколько основных подходов к пониманию виртуальной реальности, первый из них - это создание виртуальной реальности посредством технических средств. К этому подходу можно отнести работы В.С. Бабенко, С.Дадюка, Т.Г. Лешкевича, В.М. Розина.

Во втором подходе понятие виртуальная реальность применяется к абстрактным понятиям и категориям, образам, фантазиям, снам, мечтам, измененным состояниям сознания. Представители данного подхода О.С. Анисимова, О.Н. Астафьевой, Н.А. Носов и т.д.

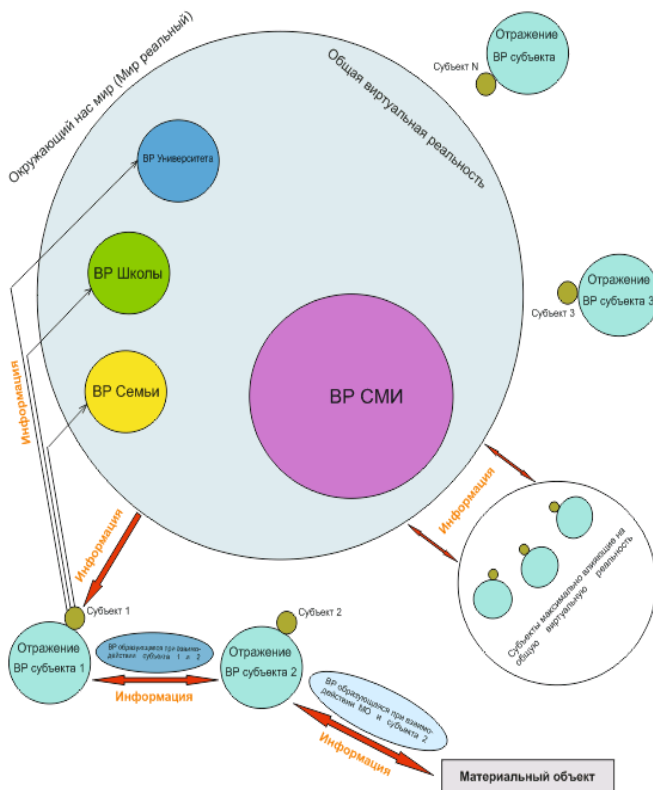
Третий подход является одним из самых широких. В нем под виртуальной реальностью понимается вся реальность, так как субъект взаимодействует не столько с объективным миром, сколько с представлением о нём. Данный подход представлен в работах С.А. Борчикова, М. Кастельса, О.Е. Баксанского и т.д.

Четвертый подход, который представлен в работах Г.П. Менчикова, С.И. Орехова, рассматривает виртуальную реальность как особую реальность, которая возникает при участии сознания и в таком виде оказывается данной психике человека.

Опираясь на вышеизложенное, **мы определяем понятие виртуальной реальности** как отражение информационно-коммуникационной деятельности субъектов в процессе познания окружающего мира. И, соответственно, связующим звеном между реальным миром и миром виртуальным будет «информация», которая образуется при познании субъектом реального или виртуального мира.



Общую схему «виртуальных реальностей» можно представить в следующем виде:



**Средства обеспечивающие доступ к виртуальной реальности:**

- информационные носители (любой материальный объект способный длительное время сохранять в своей структуре информацию);
- социальные институты (семья, государство, институты народного образования и т.д.);
- средства массовой информации (газеты, телевидение, радио, интернет);
- технические средства как инструмент подключения к VR (компьютеры, приёмники, телефоны и т.д.);
- органы чувств (зрение, осязание, слух и т.д.)

*Рис. 1. Схема виртуальных реальностей.*

На рисунке изображена «общая виртуальная реальность», образуемая при информационно-коммуникационном взаимодействии субъектов. В «общую виртуальную реальность» включены виртуальные реальности семьи, школы, университета, средств массовой информации. Выделенные виртуальные реальности

отличаются друг от друга содержащейся в них информацией, категорией субъектов, которые имеют возможность подключения, целями и задачами. Каждый субъект имеет личную «виртуальную реальность» являющуюся отражением протекания внутренних информационно-коммуникационных процессов.

Субъект при своей деятельности может выступать как в роли распространителя информации, так и получателя. Он может взаимодействовать с группой субъектов посредством «общей виртуальной реальности» через виртуальную реальность семьи, школы, университета и т.д. Как видно из приведенной схемы несколько субъектов могут создавать личную виртуальную реальность, не включенную в «общую виртуальную реальность».

Помимо образования виртуальных реальностей при взаимодействии субъектов, возможно создание виртуальных реальностей при коммуникации субъекта с внешними материальными объектами. В процессе такого взаимодействия осуществляется перенос информационного состояния объекта в его личную «виртуальную реальность».

Средства, данные человеку от природы, позволяют осуществлять доступ к виртуальным реальностям. Это, прежде всего, органы чувств: зрение, слух, осязание. Технические средства, созданные человеком (телефон, компьютер) дают возможность субъектам взаимодействовать с большим количеством разнообразных виртуальных реальностей. Социальные институты в виде семьи, государства, народного образования способствуют созданию виртуальных реальностей больше всех влияющих на личные виртуальные реальности субъектов. Основой формирования единого информационного пространства субъектов и одним из главных поставщиков информации в личные виртуальные реальности являются средства массовой информации, такие как газеты, радио, телевидение, Интернет.

Из выше изложенного можно сделать вывод, что в процессе познания мы переносим информацию о материальных объектах, категориях, понятиях, которые создаются субъектами и природой в личную виртуальную реальность для последующего изучения и использования. Виртуальная реальность в связи с этим представляется «пространством», в котором осуществляется перемещение информации посредством коммуникации, благодаря чему субъект способен познавать не только окружающий материальный мир, но и мир, образующийся при множественном взаимодействии сознаний субъектов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хэмит Ф. Виртуальная реальность // Исследования по философии современного понимания мира. – Выпуск 1. – М. – 1995.
2. Фейнман Р. КЭД – странная теория света и вещества / Под ред. Л.Б. Окуня. – М., Наука. –1988. – 143с.

### **ФЕНОМЕН МОДЫ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

*А.С. Николаенко*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций,  
филологии и политологии, 2 к. маг.

Научный руководитель – *И.В. Черданцева*, доктор филос. наук,  
профессор

Современное общество можно определить множеством эпитетов – информационное, постиндустриальное, «общество потребления», общество постмодерна. Так или иначе, основной чертой современного общества является его принципиальная информационная открытость. Любой вид информации сейчас передаётся с минимальными физическими и эмоциональными затратами. Если в средневековой Европе при каждом монастыре были организованы библиотеки и скриптории, в которых монахи переписывали труды греческих философов, пытаясь сохранить подлинность текста, с тем чтобы в первоизданном виде передать информацию последующим поколениям, то теперь нам достаточно нажать сочетание из нескольких клавиш на клавиатуре, чтобы скопировать и передать информацию. С развитием технологий ускорился темп жизни – и это обстоятельство не могло пройти мимо такого феномена как мода. Если ранее историки, социологи, философы, изучающие феномен моды, говорили о моде индивидуальной и групповой, то теперь речь идет о глобальной моде. О таком процессе, который охватывает все страны и все города, не важно какими по значению они являются. Если раньше историки моды выделяли несколько «столиц моды» – Париж, Лондон, Милан, позже – Нью-Йорк и Пекин, то теперь, такое ограничение, пожалуй, неправомерно. Ведь мода в современном обществе приобрела все черты массового господства – с точки зрения производства, распределения и потребления её продуктов. Таким образом, мода существует не только в тех городах, общностях и странах, где налажено массовое производство и сформировано так называемое «третье сословие», но и в тех обществах, где этого нет. То есть в

современном мире играет важную роль оригинальность, или аутентичность какой-либо народности и страны. Так, развивающиеся страны служат бесконечным источником вдохновения для стран развитых, а точнее, для их «творцов моды». Неслучайно, за последние годы в современной европейской моде актуализируются мотивы ориентализма – заимствование элементов культуры восточных стран. Сегодня уже нельзя сказать, что только западные страны участвуют во всемирном модном процессе. Безусловно, мода как явление по своей природе социальное, имеет ряд признаков, которые могут быть отнесены только к странам Европы. Это такие признаки как – развитая социальная стратификация, рыночная экономика, гражданское общество и ряд других. Однако если принять положение о том, что современный мир подчинен процессам глобальной коммуникации, то с необходимостью следует сделать вывод о том, что для того, чтобы мода, как особый вид экономики (включающий производство, потребление и неиссякаемую генерацию идей) был возможен, ему необходимо постоянное заимствование культурных и национальных традиций развивающихся стран. Функционирование моды, как социального феномена, основано на нескольких основополагающих признаках – актуальность, современность, динамичность, избыточность, открытость и т.д. Отсюда следует, что для того, чтобы продолжалось функционирование моды, необходима постоянная генерация новых смыслов, идей и концептов. Для этой цели и служат культуры и общества, ещё не достигшие своего полного включения в глобальный мир; те, которые сохранили свою локальность и аутентичность.

Такое обращение к «первоначальным», «не откопированным» смыслам вполне объяснимо тем фактом, что мода часто впадает в многократное воспроизведение «уже-виденного», «не нового». Моде постоянно нужны новые идеи, потому как одна из её функций – удивлять новациями, так как новации хорошо продаются. Культура, как символическая система, будучи противоположностью природы, рождает идеи, смыслы и знаки «из самой себя» постоянно. Символ, заложенный в культуре – это некий код, который сообщает информацию конечному потребителю посредством моды. Жан Бодрийяр сравнивает код с самой модой: «В моде, как и в коде, означаемые ускользают, а ряды означающего более нигде не ведут» [1]. Современную моду часто критикуют за поверхностность, легкомысленность, за культивирование природных начал в человеке – стремление к чувственному, телесному наслаждению и т.д. Эта тенденция характерна в большей степени для постмодернистского

дискурса, представленного такими авторами как Ж. Деррида, Р. Барт, Ж. Делёз. В работах конца XX века чувствуется безысходность перед лицом тотального капитализма, полного установления законов потребления и утверждения «человека потребляющего». Однако необходимо отметить, что в настоящее время этот дискурс, безусловно, породивший множество плодотворных и устойчивых концептов, постепенно изживает себя. Ему на смену приходит более оптимистичное представление о месте человека в современном мире. Человек стал мыслиться как неотъемлемый, основополагающий элемент системы. Это представление укоренилось и в моде. В основе этого представления, человек – источник всего оригинального, индивидуального, целостного. На современном этапе развития моды человек – это не трансляция модного образа или имиджа, созданного творцами высокой моды. Это, скорее, возможность быть не модным. За долгое время господства «диктата моды» человеку даётся возможность быть не модным. То есть не следовать последним веяниям и трендам. В основе современного представления о «модном человеке» лежит положение о том, что каждый способен создать свой собственный стиль и придерживаться его. В экономическом смысле это представление обречено, так как мода в экономике играет важнейшую роль – начиная от производства и заканчивая бесконечным потреблением. Ведь потребительская способность человека не заканчивается исключительно на утилитарном использовании вещей. Мы покупаем новые вещи не потому что старые уже вышли из строя, а потому что сменилась мода. Уильям Шекспир писал в одной из своих пьес: «Фасон быстрее изнашивает платье, чем человек» [2].

Сегодня мода – это не потребление, но коммуникация в общем информационном пространстве. Ценностью считается не накопление абстрактных знаний о мире, но овладение практическими знаниями и навыками. Отсюда и преодоление сугубо экономической составляющей моды. Стал ценен не сам поиск информации – это уже не составляет сложности, но умение ей воспользоваться, применить в нужном контексте, при уместных обстоятельствах. Так, на смену беззаботному гламуру начала двухтысячных приходит так называемая «интеллектуальная мода» во главе с авангардными модельерами, писателями, музыкантами Востока и Запада. Рождается новый образ человека, которого отличает осознанное потребление, стремление к новым практичным знаниям, интерес к достижениям науки и техники.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет. – 2000. – 387 с. – с. 170.
2. Шекспир У. Полное собрание сочинений: В 14 т. Т. 6. – М.: ТЕРРА. – 1993. – 544 с. – с. 269.
3. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры. – М. – 2003. – 512 с.
4. Делёз, Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения. – Екатеринбург: У-Фактория. – 2007. – 672 с.
5. Зиммель Г. Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. – М: Юристь. – 1996. – 596 с.

## **РЕГУЛЯЦИЯ МЕЖЭТНИЧЕСКИХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ ЧЕРЕЗ МЕДИАПРОСТРАНСТВО РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)**

***Е.В. Самодурова***, АлтГУ, факультет социологии, 1 к. маг.  
Научный руководитель – ***С.Г. Максимова***, доктор соц. наук,  
профессор

Россия – одно из крупнейших многонациональных государств мира. На территории нашей страны проживает более 160 народов, крупнейшими из которых являются русские (115 млн. человек) и составляют 80% населения страны, татары (5,5 млн. человек), украинцы (около 3 млн. человек), башкиры, чуваша, чеченцы и армяне, численность которых превышает 1 млн. человек.

Алтайский край – как один из субъектов Российской Федерации является полиэтничным регионом, на его территории проживают представители 142 национальностей. Согласно итогам переписи населения за 2010 год, которые приводит Алтайкрайстат, в Алтайском крае проживает 2 234 320 русских, что составляет 93,93% всего населения края. В состав остальных 6,07% входят другие национальности, среди которых **немцы** – 50 701 (2,1 %), **украинцы** – 32 226 (1,4 %), **казахи** – 7979 (0,3 %), **армяне** – 7640 (0,3 %), **татары** –

6794 (0,3 %), **белорусы** – 4591 (0,2 %), **алтайцы** – 1763 (0,1 %), **кумандинцы** – 1401 (0,1 %) и другие.

Вместе с тем, современное многонациональное общество характеризуется рядом проблем, среди которых рост этнической напряженности, территориальные споры, международный терроризм, экстремизм, этнический сепаратизм, и другие межнациональные конфликты, которые могут привести к дезинтеграции региона и страны в целом. Безусловно, очень важно предотвращать такие вопросы, и не доводить сложные ситуации до конфликта. «В современной конфликтологической практике широко распространен тезис, согласно которому конфликты легче предупреждать, чем разрешать. Данный принцип является приоритетным и при разработке нормативных документов в области национальных отношений. ... Первоочередными являются меры, направленные на профилактику и предупреждение возникновения этнических противоречий (обеспечение принципа равноправия граждан независимо от расы, национальности, языка, отношения к религии, принятие мер по недопущению проявлений дискриминации в отношении граждан различной национальной принадлежности и др.)» [1].

Добиться межнационального согласия очень сложно, и этому должны способствовать все сферы общества. Немаловажную роль, на наш взгляд, при этом играет медиапространство региона (СМИ, интернет-ресурсы, общественные, политические и некоммерческие организации). Ведь в современном мире медиапространству отводится очень большое значение, именно оно зачастую оказывает значительное влияние на формирование настроений и отношений граждан к явлениям, происходящим в социуме. «Одним из основных механизмов осуществления и регуляции взаимоотношений между людьми, а также каналом для реализации индивидуальной и коллективной социальной активности выступает массовая коммуникация, осуществляемая СМИ, которые являются необходимым звеном в формировании гражданского общества в нашей стране» [2].

Освещение межэтнических и межконфессиональных отношений все более осознается и обществом, и журналистским сообществом как серьезная этическая проблема, требующая особой профессиональной рефлексии. С одной стороны, большинство СМИ воспринимают закрепляющиеся в обществе ценности толерантности и политкорректности и стремятся рассказывать о событиях таким образом, чтобы минимизировать возможный вред от своих

материалов, с другой – многие журналисты, выражая противоположные общественные настроения, намеренно или ненамеренно способствуют разжиганию межэтнической и межконфессиональной розни [3].

В связи с этим, нами была изучена деятельность медиапространства Алтайского края, направленная на развитие межэтнического взаимодействия.

### **СМИ и Интернет-ресурсы**

Проанализировав основные интернет-ресурсы и средства массовой информации региона с 2012 года, была выявлена следующая картина.

Новости, затрагивающие тему отношений в многонациональном обществе условно можно разделить на три вида.

1. Новости, характеризующие миграционную ситуацию в регионе.
2. Новости, описывающие жизнь народов разных национальностей в Алтайском крае и их взаимоотношения. Так, газета «Алтайская правда» ведет цикл публикаций на тему взаимоотношений представителей разных культур и национальностей, проживающих в регионе.
3. Новости, связанные с международными ярмарками, фестивалями, конференциями и другими мероприятиями, которые имеют международный характер и регулярно проходят в крае (международный координационный совет «Наш общий дом – Алтай»; международный молодежный форум «Алтай. Точки роста» и мн. др.).

Важно отметить, что в течении последнего года также появилось очень много сообщений, посвященных поддержке Алтайским краем и его жителями украинцев, что вполне объяснимо ситуацией, происходящей в Украине.

### **Общественные и политические организации, некоммерческие организации**

В Алтайском крае существует целый ряд некоммерческих, а также общественных и политических организаций, деятельность которых направлена на укрепление межэтнического взаимодействия. Среди них есть организации, поддерживающие национально-культурные традиции определенной нации. Например, организации, защищающие интересы российских немцев Алтайского края, их задачи в защите прав и свобод немцев, сохранении и развитии национального языка, образования, культуры, религии и их традиций. Среди них: общественная организация «Алтайская краевая национально-культурная автономия российских немцев», некоммерческий фонд национально-культурных инициатив «Немцы Алтая» и др.



Функционируют организации по поддержке и развитию традиций других национальностей, проживающих на территории Алтайского края.

Также существуют организации, которые способствуют международному сотрудничеству в регионе, помогают сохранению и развитию национально-культурных традиций всех народов региона (совет по этнокультурному развитию Алтайского края, общественная некоммерческая организация «Алтай – 21 век», «Ассоциация национально-культурных объединений Алтая»).

Эти и другие организации регулярно занимаются организацией и проведением многих мероприятий в регионе, способствующих сохранению единства многонационального общества.

На основе, проведенного нами анализа, можно сделать вывод, что деятельность медиапространства Алтайского края направлена на предотвращение разного рода межнациональных конфликтов, на стремление добиться согласия и мира между всеми нациями, проживающими в регионе. Однако, к сожалению, неприязнь к представителям других народов, непонимание культуры других, стереотипное мышление все еще характерно для жителей региона. Это является барьером во взаимопонимании и комфортной жизни жителей всех национальностей Алтайского края. Следовательно, медиапространство должно продолжать работу по поддержке межэтнического взаимодействия, что поддерживается и со стороны власти. Согласно выступлению министра регионального развития И.Н. Слюняева на заседании Совета по межнациональным отношениям в Уфе (октябрь 2013 года) разовые меры по предупреждению межнациональных конфликтов неэффективны. Нужны современные системные методы и подходы. В частности, поддержка медийных проектов, направленных на укрепление гражданского единства, создание специализированных рубрик и тематических передач на телевидении и радио, более активное присутствие в социальных сетях; образовательные мероприятия по распространению знаний о народах России [4].

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горбунова А.А. Государственное регулирование этнических конфликтов в приграничных регионах России / А.А. Горбунова, С.Г. Максимова // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. №.10. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та. – 2013. – с. 257-259.
2. Воронина С.В. Перспективы социологического анализа деятельности региональных СМИ / С.А. Воронина, Р.А. Воронин // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. – Барнаул: Изд-во: Алт. унт-та. – 2013. – №5. – С. 143-149.
3. Назаретян, К. А. Проблемы этической регуляции журналистской деятельности (на примере освещения в СМИ межэтнических и межконфессиональных отношений): автореф. дис. ...канд. философ. наук. – М. – 2013. – с. 3-4.
4. Президент России [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: <http://kremlin.ru/transcripts/19475> (дата обращения: 05.10.2014).

## **СМИ КАК ИСТОЧНИК ОБОГАЩЕНИЯ ЛЕКСИЧЕСКОГО СОСТАВА РУССКОГО ЯЗЫКА. НЕОЛОГИЗМЫ**

*А.А. Фадеева*, АлтГУ, исторический факультет, 1 к. маг.

Научный руководитель – *Ю.А. Лысенко*, канд. истор. наук,  
доцент

Каждый день во всех сферах нашей жизни происходят новые открытия. С помощью средств массовой информации они становятся достоянием общестственности. С появлением новых технологий язык современных средств массовой информации непрерывно трансформируется и пополняется новыми речевыми элементами. Если в начале века художественная литература была основополагающей в создании норм словоупотребления, то в последние годы эта роль по праву принадлежит средствам массовой информации и в частности публицистическому жанру, как наиболее приближенному к разговорной речи, которая в последние годы все сильнее влияет на нормы русского языка. Средства массовой информации в целом и мировая сеть Интернет в частности, отражают быстро меняющуюся языковую действительность и поэтому являются одними из основных источников новых слов [1].

Согласно статистике ежегодно в языке возникает до 3000 новых слов, но не все они попадают под категорию неологизмов так как многие из них «зависли» между попаданием в язык и небытием [2].

Зачастую новые слова, однажды употребленные в средствах массовой информации, впоследствии пополняют лексикон обычных людей. К примеру, еще 20 лет назад такие выражения как «обновить статус в Твиттере» или «сделать селфи смартфоном» звучали бы странно и непонятно для большинства людей. Такие новые слова называются неологизмами и они выполняют две функции: номинативную, прямо называя понятия и стилистическую, давая образную характеристику предметам, которые уже имеют названия. Сам термин неологизм характеризует расширение лексического состава языка в определенные периоды истории [3]. В основном, к неологизмам относят те слова, которые не зафиксированы в словарях, или определены в них как неологизмы без указания времени появления, сферы и жанра употребления. Свежесть и новизна таких слов, словосочетаний или оборотов речи ясно ощущается носителями данного языка. Но вопрос до каких пор новое слово считать неологизмом все еще остается предметом лингвистических исследований. Многие лингвисты склоняются к тому что неологизмом слово является до тех пор, пока ощущается свежим или пока прочно не войдет в лексический состав русского языка. К примеру, в начале XIX в. такие слова как *субъект*, *объект*, *прогресс*, *пролетариат*, введенные в употребление В.Г. Белинским казались чуждыми русскому языку. В итоге можно утверждать, что слово вскоре перестает быть неологизмом, если оно хорошо связано с другими словами и обозначаемое им понятие актуально [4].

Таким образом нельзя не согласиться с теорией И.В Анненковой о том, что язык средств массовой информации является демонстрантом состояния языковой культуры, которая сегодня, как никогда ориентирована на медиакультуру [5]. Кроме того, многие неологизмы в русскоязычной прессе языке заимствованы с английского. Добросклонская Т.В выделяет несколько характерных признаков современных российских медиатекстов, такие как широкое распространение англоязычных образцов телевизионной и радиопродукции, лицензионное и нелицензионное копирование формата и содержания, и мощный поток заимствований с английского. [6] Таким образом, можно заметить, что воздействие американских и английских масс медиа на российские средства массовой информации распространяется как на уровне формата и содержания, так и на уровне языка. Попадая на русскую почву, иноязычное слово постепенно ассимилируется, приспосабливается к фонетической и грамматической системе русского языка. [1] Как пример новых заимствований можно выделить корпус слов, обозначающих новые

специальности в медиа сфере такие как *фрилансер*- внештатный журналист, *стрингер*- корреспондент, оператор, работающий по контракту, *рейтайтер*- специалист занимающийся обработкой исходных текстовых материалов, для последующего использования их в коммуникации. Кроме того, фокус на западные стандарты работы журналистов стал причиной появления новых форм общения с журналистами, таких как *пресс-брифинг*, *пресс-тайм*, *пресс-ланч* и др. Возникли новые формы выражения общественно-значимой информации, например *баннер*, *билборд*, *дайджест*. Это дало начало составлению словарей новых слов. Более 3000 новых слов и словосочетаний, появившихся в массмедиа в начале XXI века и значительно обогативших русский язык, были собраны в «Словаре новейших иностранных слов (конец XX начало XXI в.)» под редакцией Е.Н. Шагаловой [7].

Чтобы понять почему новые слова из медиа культуры становятся широко используемыми в повседневной жизни стоит разобраться какие функции выполняют новые слова в самой медиа сфере. В прессе новые слова выполняют ту же функцию, что и в языке в целом [8]. Они обозначают новые явления и служат для придания образности журналистскому тексту. В рекламных текстах неологизмы нередко называют лексикой «обобщения». По определению исследователей рекламы неологизмы, так называемые «новомодные слова», это доходчивый лексикон, один из самых ходовых способов придать рекламируемому товару яркость и энергичность. Наблюдения показали, что в рекламных текстах наиболее часты слова с приставками с положительным коннотативным значением, привлекающие внимание потенциальных покупателей к продукции: *супер-*, *мульти-*, *мега-*, *сверх*, *ультра-*, *гипер-*, *экстра*: *мегасейл*, *суперпопулярный*, *мультиалантливый*, *сверхкреативный*, *ультраизвестный*, *гипервостребованный*, *экстар-объем* и др. Таким образом, иллюкутивный эффект новых слов (неологизмов) заключается в привлечении внимания потенциального потребителя [6]. Речь идет не об увеличении заимствований, которые неизбежно проникают в язык социума вместе с рекламируемыми зарубежными товарами и услугами а о модных тенденциях в жизни, которые отображаются в лексическом составе языка. Таким образом, употребление неологизмов указывает на принадлежность к элитной группе.

Кроме того, согласно утверждению профессора Д.Б.Гудкова в речи спортивных комментаторов также проявляется тенденция к образованию новых слов. [8] Он выделяет три «зоны» активного словообразования:

- образование существительных женского рода от имен мужского рода, указывающих на лицо, например: *спринтерша, финишерка, дискболка*.

- представитель того или иного вида спорта именуется словосочетанием, но комментаторы именуют одним словом, например *спусковик* (специалист по скоростному спуску), *трамплинисты* (прыгуны в воду с вышки и обратно)

- образование новых прилагательных на основе словосочетания прилагательное + существительное, например: *лыжегоночный, свежеефинишированный, евролиговый*. Такие авторские неологизмы являются продуктом языковой игры, используемой для повышения выразительности речи в печатных средствах массовой информации.

Также следует обратить внимание на причины появления неологизмов в средствах массовой информации. Во-первых, неологизмы возникают при необходимости наименования новой реалии, предмета, явления общественной жизни, например: *тусовка, менеджмент, байер, брендинг* [5]. В связи с недавними событиями на Украине во многих средствах массовой информации, появились следующие новые слова, в большинстве своем, оскорбительного содержания: *ватники, укропы, правосеки, хунта, майдауны* и многие другие, значение которых понятно даже тем, кто проводит во всемирной паутине совсем немного времени. ВВС Украина попросила психологов объяснить природу и функцию этих лексических словообразований. Большинство психологов объясняют, что такие слова служат особыми культурными знаками, отражающими поляризацию между блоками «свой - чужой», которая процветает в Украине. О такому же принципу используют эти слова и некоторые средства массовой информации на Украине. [3] Украинская газета «Корреспондент.net» охарактеризовала данные слова как «неологизмы пост- Майдана», в то время как ВВС Украина называет их политическими «мемами», и указывает на их особенность действовать на коллективное подсознание. Таким образом, посредством языка СМИ данные слова вошли в употребление как на Украине так и в России.

Кроме того, новые слова обозначают явления, которые и ранее присутствовали в повседневной жизни общества, но они не имели соответствующего обозначения, так как их существование замалчивалось. Сюда можно включить такие слова как *мафия, рэкет, отказник* (тот, кто отказывается от исполнения своих обязанностей, в частности, от службы в армии). Также новое слово является более удобным обозначением того, что прежде называлось при помощи

словосочетания например, *рейтинг* – положение фирмы, политического деятеля, передачи в списке себе подобных; *брифинг* – короткое интервью для группы журналистов, которое делается обычно официальным лицом; *имидж* – образ, слагаемый внешностью, манерами, поступками, который создает телеведущий, политический деятель, фотомодель и др. [5]

Интересен тот факт, что как в российских так и в иностранных газетах и журналах уделяется внимание новым словам. К примеру, журнал *Esquire* в онлайн-статье «*Выбирая выражения*», рассказал о заимствованных из английского языка новых терминах, которые обозначают еще не описанные, но уже существующие в России явления. Кроме того, как в России так и за рубежом выбирается слово года, на которое «номинаруются» наиболее популярные неологизмы, львиная доля которых берется из печатных и Интернет-версий таких популярных изданий как *Русская служба BBC*, *Российская газета*, *Аргументы и факты*, *Комсомольская правда*, *РИА-новости*, *Газета.ru*, журналы *Esquire* и *National Geographic* и другие.

Подводя итог, можно сделать выводы о том что в настоящее время средства массовой информации, помимо всех основных функций играют роль своеобразного генератора и распространителя новых слов в русском языке. Не всегда новые слова и заимствования одобрялись критиками и носителями языка, но практика показывает, что процесс появления новых слов в русском языке неизбежен. Кроме того, известно, что данный процесс был даже неизбежен в определенные исторические периоды. Достаточно вспомнить какую значительную роль сыграли греческие и латинские языки в Европе, старославянский язык в славянском мире, арабский - на мусульманском Востоке. [7] Если говорить о широком проникновении западноевропейской лексики в русский язык в эпоху петровских реформ то оно также объяснимо и во многом оправдано. Создание, образование, появление и функционирование новых языковых средств обусловлено, прежде всего, потребностями общества в номинации новых понятий, возникающих в результате развития науки, техники, культуры и общественно-политических реалий. Появления нового слова, выражения, новых языковых трансформаций, выражается единством и противоположностью двух основных тенденций: тенденции сохранения языка и тенденции его развития. С одной стороны, в каждом языке можно наблюдать тенденцию к сохранению его классического коммуникативного постоянства. С другой стороны бурное развитие науки и техники наши дни требует ввода новых терминов в повседневную речь. Для того чтобы адекватно отразить

это развитие, каждый язык фактически вынужден впитывать и порождать новые лексические единицы. Таким образом, можно сказать что современные средства массовой информации берут на себя функцию «проявителя» развития русского языка, его стремления выразить всё богатство человеческих знаний, прогресс цивилизации.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анненкова И.В. Медиариторика: новый вектор исследований медиадискурса // Журналистика в 2010 году: СМИ в публичной сфере. Сб. Международной научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; Изд-во Моск. ун-та. – 2011. – С. 417-418.
2. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М: Дрофа. – 2001. – 304 с.
3. Карпьяк О. Вата с укропом: язык политических мемов // ВВС Украина. – 2014.
4. Воротников Ю.Л. Слова и время. – М: Аст-Пресс. – 2003. – 168 с.
5. Анненкова И.В. Речевые события в СМИ: достижения и провалы // Языковая политика и язык СМИ в современной России: коллективная монография / Под ред. Н. О. Рогожиной, О. В. Трофимовой и Е. Е. Юркова. – Тюмень: СПб: Мандр и Ка. – 2010. – С. 57-88.
6. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М. – 2008. – 25 с.
7. Козырев В.А., Черняк В.Д. Словари неологизмов // Очерки о словарях русского языка. – СПб. – 2000. – 316 с.
8. Гудков Д.Б. Спортивный комментарий как зеркало речевой революции // Мир русского слова. – 2010. – №2. – с. 13
9. Зирка В.В. Манипулятивные игры в рекламе: лингвистический аспект // изд 2-е, испр. – М.: ЛИБРОКОМ. – 2009. – 256 с.
10. Словарь новейших иностранных слов (конец XX начало XXI в.): более 3000 слов и словосочетаний // Е.Н. Шагалова. – М. –2009. – 4 с.

#### ПРОБЛЕМА СООТНОШЕНИЯ ИСТОРИЧНОСТИ И ПРОСТРАНСТВА ЯЗЫКА

*С.А. Шукшин*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии, аспирант

Научный руководитель – **В.П. Федюкин**, доктор филос. наук,  
профессор

Впервые термин «историчность» был употреблен Г. Гегелем в «Лекциях по истории философии» [1]. Г. Гегель не предлагает определения неологизма и употребляет его как нечто само собой разумеющееся. В остальном тексте «Лекций» рассматриваемое понятие не используется им. Оно не встречается и в других трудах немецкого философа. Какой же смысл был им вложен в этот термин?

Мировой дух, по мысли Г. Гегеля, суть динамичное образование. Духу как субъективности через ряд объективаций необходимо достичь абсолютного существования. Дух - это само себя мыслящее бытие. Процесс самопознания духа является историческим процессом. История – это не царство временного, относительного и случайного. Она является одной из объективаций мирового духа. Поэтому в объеме истории присутствуют предельные величины, такие как свобода, разум, историчность. Значит, историчность есть состояние объективации мирового духа, его степень присутствия в истории. Историчность указывает на объективное начало в истории. Этимологическое значение историчности (Geschichtlichkeit) совпадает с гегелевским пониманием этого термина. Keit, входящее в его состав, указывает на метафизический осадок в историческом (geschichtlich). Эта немецкая частица как бы добавляет абстрактный уровень в конкретное (Sachlich-keit – вещьественность, Menschlich-keit – человечность).

Для Г. Гегеля история обладает объективным характером, то есть развитие исторического процесса не зависит от сознания и деятельности человека. Проблема же соотношения историчности и языка возникает в концепции универсальной истории, согласно которой история суть то, как ее понимают.

В философской системе М. Хайдеггера историчность выступает одним из ключевых терминов. В «Бытии и времени» он пишет: «Бытие присутствия характеризуется историчностью» [2]. Отсюда, М. Хайдеггер утверждает, что одним из модусов человеческой экзистенции является историчность. Он полагает, что обладание человеком историей есть способ существования человеческого бытия. Историчность человека - это не его завершённое прошлое, это его движение в настоящем. Человек существует исторически, так как он конструирует свои отношения с историческими условиями. Языковое пространство является местом существования человека, в котором возможна встреча человека и бытия. В «Письме о гуманизме» М.



Хайдеггер пишет: « Язык есть дом бытия. В жилище языка обитает человек. Мыслители и поэты - хранители этого жилища» [3]. Иными словами, только в пространстве языка возможно существования человека и бытия исторически. Философия и поэзия выступают подлинными носителями языка.

В ряде своих работ М. Хайдеггер предпринимает попытку осмысления историчности через поэтическое творчество. В работе «Гельдерлин и сущность поэзии» немецкий философ пишет: «...Мы суть один разговор, с того времени, как оно есть время. С тех пор как время возникло и приведено к Стоянию (Stehen), с тех пор мы суть исторически» [4]. Итак, временность обуславливает единство настоящего, прошлого и будущего. А, точнее, временность предлагает время настоящему, прошлому и будущему. Временность объединяет, единит. Значит, временность соотносима с единством. Человек устремлен к единству (с самим собой и с бытием), пребывая во временности. Существование человека суть мера его историчности. Подлинное существование является чистой историчностью, тождественной временности, так как человек обретает единство со временем. Такое единство, с необходимостью, является единством в языке. Только откликнувшись на «зов бытия» человек может обнаружить его «просвет».

Далее, М. Хайдеггер отмечает: «Сущность поэзии, устанавливаемая Гельдерлином, исторична в высшей мере, ибо она предвосхищает некое историческое время. Но как историчная сущность она - единственно существенная сущность» [4]. Поэтическое, по мысли немецкого философа, содержит в себе божественный посыл. Вспомним слова Сократа из платоновского диалога «Ион»: «...Поэты творят и говорят много прекрасного о различных вещах... не с помощью искусства, а по божественному определению» [5]. М. Хайдеггер, подобно Платону, считает, что поэту удастся улавливать тончайшие колебания бытийственных процессов, отображая их в своем творчестве. Поэт является толкователем воли бытия.

В работе «Воспоминание» немецкий философ полагает, что сущность историчности заключена в возврате к «своему», а такой возврат «может иметь место лишь как заплывание в чужое». Поэтому, считает М. Хайдеггер, поэты должны быть моряками. Они устремлены к «своему» бытию, которое, с необходимостью, расположено в «чужих» землях. Бытие может быть обнаружено только в «чужих» землях. Поэт отличит (определит) «свое» от «чужого», так как он ведом «зовом бытия». М. Хайдеггер заключает, что сущности историчности суть «путешествие в колонию». Колония является

местом, которое расположено в чужих землях. Колония - это всегда место завоеванное, которое удерживается определенным напряжением сил. В колонии присутствуют как «свои», так и «чужие» элементы. Поэт очищает бытийственный материал от чужеродных элементов, сопровождая его по пути из колонии в метрополию. Закон историчности может быть определен как пребывание во временности так, что происходит соприкосновение, буквально, диалог с бытием.

В творчестве Х.-Г. Гадамера продолжается рефлексия над категориями «историчность» и «язык». Как и М. Хайдеггер, Х.-Г. Гадамер полагает, что понимание не следует рассматривать в качестве теоретико-познавательного процесса. Понимание не является актом познания сущности исследуемого объекта, актом, обладающим только гносеологической направленностью. Понимание суть онтологическая структура, которая определяет способ бытия человека. Отсюда, если для Ф. Шлейермахера герменевтика выступает в качестве искусства толкования, для В. Дильтея - ключевым методом гуманитарных наук, то Х.-Г. Гадамер относит герменевтику к исследованию условий возможности понимания как способа существования человека. Герменевтика испытует модусы человеческого существования.

По мысли Х.-Г. Гадамера, понимание в качестве присутствия человека в мире концентрируется в опыте. Но это не тот опыт, о котором учит И. Кант (опыт, являющейся завершением процесса спекулятивно-познавательной деятельности). Опыт в системе Х.-Г. Гадамера может быть осмыслен в качестве результата непосредственного пребывания человека в мире, переживания им тех ситуаций, в которых он присутствовал, присутствует и будет присутствовать. Опыт есть показатель отнесенности человеческого бытия к событиям, к бытийственному (единичного к Единому).

Х.-Г. Гадамер выделяет три вида или сферы опыта: эстетическая, историческая и языковая. Для немецкого мыслителя, наполнение эстетического предмета (предмет искусства) много больше, того содержания, который вложил в него создатель, автор. В предмете присутствует прослойка бытийственного; реальность, которая не зависит от сознания автора предмета и его ценителей. Эстетическое наполнено бытийственным. Далее, Х.-Г. Гадамер сетует на то, что историю стали изучать, а не понимать. Понимать историю - это, в первую очередь, быть (существовать) в истории, не пытаться вознестись над ней (иллюзия «идеализма сознания»). Отсюда, историчность выступает единым способом существования бытийственного (и бытия человека, и бытия объекта его познания). И понимание наступает тогда, когда способы существования

познающего и познаваемого совпадут. Если В. Дильтей учит о том, что познающему должно переместиться в среду (историческое время) объекта познания для того, чтобы его интерпретировать и понять, то, по Х.-Г. Гадамеру, понимание предполагает полное отождествление познающего с объектом его познания. Познающий понимает то, кем он сейчас является. И это возможно благодаря языку. «Бытие, которое может быть понято, есть язык»: заключает философ [6]. Язык есть чистая онтологическая реальность, в которой существует человек. Только в языке осуществляется понимание человеком мира, себя и другого. В языке человек достигает истины. Но истина - это не результат познания, это характеристика самого бытия. Истина есть присутствие (способ существования) человека как историчности в бытии. Бытие пронизано историчностью, человеку в качестве историчности «здесь и сейчас» должно быть открытым, настроенным на связь, на разговор с бытием.

Ж. Деррида, комментируя работу Э. Гуссерля «Начало геометрии», определяет историчность не через историю. «Начало историчности никогда не будет зависеть от какой бы то ни было истории», – отмечает французский философ [7]. Историчность – это не способ существования исторического, а преломление данного материала через человеческие «фильтры». Историческое обретает историчность тогда, когда наполняется привнесенными смыслами. Историчность позволяет обнаружить в истории как совокупности рукописных текстов все новые и новые смыслы, все новые и новые прецеденты для осмысления исторически ставшего.

Если историчность есть смысл, то это смысл текста, текстуальной реальности. Соответственно, Ж. Деррида предлагает исследовать проблему историчности относительно бытия текста или письма самого по себе. В работе «О грамματοлогии» французский философ пишет: «...Сама историчность связана с возможностью письма - письма как такового» [8]. Ж. Деррида полагает, что письмо как бы открывает историческое бытие, оно является причиной исторического становления. Письмо суть начало истории. Письменность - смысл историчности. Историчность есть бесконечное смыслообразование.

«Ничего нет вне текста»: девиз Ж. Дерриды. То есть язык сам по себе, язык, не выраженный в текст, не обладает онтологическим содержанием. Эту установку попытался преодолеть в своем творчестве М. Фуко. Он полагает, что пантекстуализм Ж. Дерриды ведет к замыканию, закрытию (сокрытию) мысли в тексте, наступает текстуальная изоляция мышления. М. Фуко отказывает тексту в объективном характере. Текст не является метафизической сферой, так

как он формируется и обуславливается конкретными историческими и социальными формами. Текст есть отражение реальности, но он не является реальность самой по себе. Язык, текст суть вторичные продукты, первичны дискурсивные практики, которые, собственно, воссоздают эти продукты.

Дискурсивный анализ представляет собой ключевой методологический прием в философской системе М. Фуко. С его помощью французский философ исследует палитру явлений, фактов, событий, текстов в исторической перспективе. М. Фуко полагает, что исторический процесс не имеет линейного характера, он - дискретен, лишен закономерностей, внутренней логики и представляет собой нагромождение эпистем. Эпистемой, по мысли философа, является совокупность дискурсов (научных, философских, религиозных и др.), которые обуславливают неповторимый колорит определенной исторической эпохи. Историчность понимается М. Фуко в качестве глубочайшей внутренней характеристики каждой эпохи. Она обуславливает единство дискурса эпистемы, упорядочивает ее структурные элементы. В труде «Слова и вещи» М. Фуко заключает: «...Язык как спонтанно сложившаяся таблица и первичная сетка вещей, как необходимый этап между представлением и формами бытия в свою очередь также сходит на нет; в суть вещей проникает глубокая историчность» [9]. Философ считает, что историчность сокрыта от человека, она не может быть осознана им. Историчность выступает бессознательным началом существования человека в истории. «Историчность проникла в природу – или, точнее, в живой организм; причем здесь она представляет собою не только одну из возможных форм последовательности, но выступает и как основной способ бытия»: выводит М. Фуко [9].

Таким образом, проблема соотношения историчности и языка зарождается в недрах концепции универсальной истории. Представителями данной концепции (В. Дильтей, М. Хайдеггер, Х.-Г. Гадамер и др.) история признается пространством человеческого понимания истории. История есть то, что под этим подразумевается. И здесь историчность выступает способом существования человека и бытия, а язык, с одной стороны, поддерживает единство последних, а, с другой, – в нем заключен всякий способ понимания. То есть язык выступает и как онтологический, и как гносеологический Абсолют. В системах постструктурализма, постмодернизма понимания истории изменяется. История является не осмысленным пространством. История выступает возможностью для проявления творческих амбиций интерпретатора. История есть собрание разрозненного

материала; для Ж. Дерриды – это тексты, для М. Фуко – дотекстуальные, дискурсивные явления. Историчность, отсюда, способ существования человека, находящегося в поиске смыслов. Историчность есть бесконечное творчество, неистребимая двусмысленность любого феномена бытия. Язык же рассматривается в качестве своеобразной предпосылке к началу исследования новых форм.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гегель Г. Лекции по истории философии. – СПб.: Наука. – 1993. – 350 с. – с. 187.
2. Хайдеггер М. Бытие и время. – М.: Ad Marginem. – 1997. – 452 с. – 197 с.
3. Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления. – М.: Республика. – 1993. – 447 с. – с. 192.
4. Хайдеггер М. Гельдерлин и сущность поэзии // Логос. – 1991. – №1. с. 37-47.
5. Платон Сочинения : в 4 т. / под общ. ред. А.Ф. Лосева, В.Ф. Асмуса. – СПб.: Изд-во Олега Абышко. – 2006. – Т.1. – 632 с. – с. 143.
6. Гадамер Х.-Г. Истина и метод. Основы философской герменевтики. – М.: Прогресс. – 1988. – 639 с. – с. 508.
7. Гуссерль Э. Начало геометрии. Введение Ж. Деррида. – М.: Ad Marginem. – 1996. – 269 с. – с. 177.
8. Деррида Ж. О грамματοлогии. – М.: Ad Marginem, 2000. – 513 с. – с. 144.
9. Фуко М. Слова и вещи. – СПб.: А-сad. – 1994. – 408 с. – с. 36, 301.

## КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ФИТНЕС – ИНДУСТРИИ НА ПРИМЕРЕ K2 SRORT

*П.Е. Киселёва*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии, 2 к.

Научный руководитель – *М. В. Гундарин*, канд. философ. наук, доцент

Несмотря на то, что фитнес как индустрия существует уже больше 50-ти лет, единого и окончательно сложившегося определения «фитнеса» до сих пор не сформулировано. В дословном переводе с английского языка слово «fitness» (to be fit - «быть в форме») означает «пригодность», «соответствие», «гармония» [1].

Хоть и окончательно сформулированного определения нет, сегодня во всём мире чаще всего под "фитнесом" понимается разноплановое развитие физических способностей человека при улучшении самочувствия во время занятий. Это своего рода оздоровительная методика, позволяющая человеку развить свои физические данные, изменить формы и объёмы тела, его вес и надолго закрепить достигнутый результат.

Современный фитнес – это множество различных направлений и программ, количество которых сегодня приближается к 15000 видам в совокупности [2]. Следует отметить, что не существует чёткого списка видов занятий и упражнений, которые нужно и не нужно относить к фитнесу. В существовании такого списка нет смысла, потому что каждый год появляются новые авторские методики и программы занятий, которые могут сочетать в себе несколько характеров и стилей физической нагрузки. Поэтому если обобщить, то в современном понимании к фитнесу можно отнести практически всё: от танцевальных направлений и посещения бассейна до интенсивных тренировок в тренажёрном зале. Более того, современное представление о фитнесе уже не существует без таких понятий как «здоровье», «правильное питание», «распорядок дня» и т.д. Одним словом, фитнес – это как образ жизни, который принято называть «здоровым».

Тенденции в России и в мире таковы, что фитнес – индустрия представляет собой очень активный, быстро развивающийся сектор экономики, который с каждым годом расширяется как за счёт укрепления позиций уже действующий игроков, так и за счёт появления на рынке новых компаний (что особенно актуально для России). Однако следует отметить, что российская фитнес – индустрия по сравнению с аналогичными мировыми явление очень молодое, и по-настоящему популярной среди широкой общественности она стала не раньше, чем 5-7 лет назад. И так как рынок фитнес – услуг является очень молодым, масштабным, динамичным и ещё не насыщенным (а от того – полным возможностей), здесь как нигде актуально и необходимо применение различного рода рекламных и PR-инструментов.

Рекламная и PR-деятельность - неотъемлемая часть существования фитнес - клуба в современных рыночных условиях. Она должна наносить определенный оттенок (в зависимости от целевой аудитории) на имидж компании и на её деятельность в целом. В качестве основных целей рекламной и PR-деятельности, служащих продвижению фитнес – клуба на рынке, можно назвать следующие:

1. Во-первых, позиционирование и продвижение фитнес - клуба на рынке фитнес - услуг с помощью бренда. Само по себе создание бренда и работа с ним является основным инструментом рекламной и PR - деятельности организации. Поскольку фитнес - индустрия в России по темпам роста занимает второе место после сферы IT - технологий, новым игрокам, появляющимся на рынке, чтобы достойно вынести конкуренцию с уже действующими сетями фитнес – клубов и работать при этом в плюс, нужно уделить особое внимание созданию концепции позиционирования фитнес - клуба как на начальном этапе работы, так и разработать маркетинговую и PR - стратегии, по которым он будет развиваться впоследствии.

2. Во-вторых, функционирование, поддержание и воспроизводство бренда таким образом, чтобы он был понятен целевой аудитории, удовлетворял её потребности, был ей интересен и, в конце концов, стал ей любим. Значение функций бренда для организации переоценить невозможно, поскольку для покупателя это не только информация об определенном качестве продукта, но еще и нечто из области абстрактного и подсознательного: это миф, легенда, ассоциации с определенным образом жизни, ощущение принадлежности к конкретной социальной группе [3].

3. В-третьих, изучение степени влияния внешней среды на деятельность организации: модные течения, информация о конкурентах, мониторинг состояния рынка, выход нормативно – правовых актов, так или иначе касающихся фитнес - индустрии и т.п.

Итак, вот основные, но далеко не все цели, с которыми работает PR – специалист сферы фитнес - услуг. Что касается конкретных инструментов и механизмов, используемых в работе с имиджем компании, то можно выделить следующие [4]:

- 1) работа со СМИ;
- 2) продвижение в сети Интернет;
- 3) организация и проведение специальных мероприятий;
- 4) привлечение знаменитостей в рекламных и PR – кампаниях;
- 5) помимо этого, в продвижении фитнес - клубов существует и такой характерный инструмент, который носит название «из уст в уста».

В своей деятельности фитнес - клубы применяют многие виды и инструменты рекламы. Основные инструменты рекламы в фитнес – индустрии [5]:

- реклама на телевидении;
- реклама на радио;
- реклама в сети Интернет;

- реклама в печатных СМИ;
- наружная реклама.

Как правило, все вышеперечисленные рекламные инструменты применяют или перед открытием клуба, или во время проведения каких-либо скидочных акций или во время сезонных спадов, которые заставляют идти клубы на скидки.

Таким образом, можно выделить основные цели, которые преследуют рекламные кампании в деятельности фитнес - клубов:

- 1) увеличение количества клиентов;
- 2) повышение уровня известности и узнаваемости клуба;
- 3) улучшение мнения о фитнес - клубе;
- 4) пробуждение желания последовать примеру тех людей, которые уже воспользовались услугами фитнес - клуба;
- 5) стимулирование интереса к здоровому образу жизни.

Что касается рынка фитнес - услуг в Барнауле, то ситуация складывается следующая: на запрос «фитнес - клуб» программа 2ГИС (Барнаул, ноябрь 2014 г.) выдаёт 65 организаций. Данные организации предлагают очень широкий спектр услуг: тренажёрные залы, бассейны, занятия йогой, пилатесом, танцами и многое другое. Это говорит о том, что фитнес – индустрия действительно разнообразна, и наблюдать это можно даже на барнаульском рынке.

Моё выступление посвящено сети фитнес – клубов K2 Sport. K2 Sport – сеть фитнес – клубов, появившаяся 3 года назад в Барнауле. Ценовой сегмент – средний, выше среднего. Сеть состоит из 2 фитнес – клубов (K2 Sport на ул. Антона Петрова, 196 – цокольный этаж и K2 Swim на ул. Папанинцев, 96в – 1,2 этажи), расположенных в черте города, предлагает услуги персонального тренинга, различного рода групповые занятия, осуществляет реализацию спортивного питания. Оба клуба оснащены современным оборудованием, услуги персонального и группового тренинга осуществляет штаб квалифицированных сотрудников.

Кроме того, на базе K2 Sports уже два года успешно функционирует автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования «Ассоциация Профессионалов Фитнеса» (далее – АПФ). АПФ является единственной в Алтайском крае организацией, занимающейся профессиональной подготовкой фитнес - тренеров, предлагает лицензированный курс обучения, состоящий из различных дисциплин, которые необходимо знать специалисту в сфере фитнеса (знание анатомии, физиологии, правильного выполнения упражнений и др.). За два года работы обучение в АПФ прошло более 120 человек, больше



40 из которых сейчас работают в сфере фитнес - услуг в качестве фитнес - тренеров в клубах Барнаула, Новосибирска и Бийска. Также АПФ предлагает услуги консалтинга и осуществляет помощь в открытии новых спортивных клубов (консультации, составление плана развития, обучение сотрудников, аттестация и т.д.).

24 сентября 2014г. на Второй Всероссийской научно – практической конференции «Наука для фитнеса», которая состоялась в Москве, доклад «Влияние контроля за техникой симметричных упражнений в исправлении осанки для фитнес - контингента» председателя правления АПФ Алтайского края Сергея Витмана (который по совместительству является учредителем K2 Sport) занял первое место в номинации «Лечебная физкультура и фитнес». Руководство K2 Sport неоднократно подчёркивает, что они в своей работе опираются прежде всего на рациональный, научный подход к фитнесу, что несёт в себе большую результативность и практически сводит к нулю вероятность травм во время тренировок.

K2 Sport ведёт политику тесного взаимодействия с своими клиентами, так например, активно ведутся группы и страницы в социальных сетях («Вконтакте», «Одноклассники», «Facebook», «Instagram»). В группе K2 Sports в «Вконтакте» (<https://vk.com/k2sport>) можно наблюдать постоянную активность аудитории в обсуждениях, комментариях, во время проведения различных акций и прочего. Также K2 Sport постоянно проводят различные мероприятия как для своих резидентов, так и для привлечения новой аудитории: акции, касающиеся реализации абонементов (к примеру, до конца ноября действует акция, по которой можно купить один годовой абонемент, рассчитанный на двоих человек), так называемые «фитнес - марафоны», «Русский жим»; 29 ноября 2014 г. в одном из клубов планируется провести «Мега-класс интенсивной йоги» и многое другое. K2 Sport очень активно взаимодействуют с печатными, телевизионными и интернет - СМИ, руководство клуба легко идёт на контакт, готово к сотрудничеству и интересным предложениям. Всё это создаёт образ K2 Sport как привлекательной и надёжной организации для различных репутационных групп.

K2 Sport представлены на различных интернет – порталах, специализирующихся на поиске фитнес – клуба в определённом городе (например, <http://sportgyms.ru/> и др.), а также на <http://barnaul.flamp.ru/> – популярный сайт с отзывами покупателей о компаниях Барнаула, на котором можно узнать о достоинствах и недостатках клуба. Оценки у клубов на сайте на сегодняшний день следующие: K2 Sport – 4 из 5, K2 Swim – 3,5 из 5. Что касается

достоинств, потребители отмечают удобное расположение клубов в черте города, доброжелательный персонал, современные тренажёры, политику клуба, приемлемые цены, возможность покупки абонемента на 1 месяц (2, 3, полгода), стильный интерьер, наличие кулеров и др.

Что касается недостатков, то обозначено было следующее: отсутствие сауны и солярия, отсутствие горячей воды в душах, отсутствие чистоты в туалетах, неудобная планировка помещений (особенно клуб K2 Sport на ул. Антона Петрова, 196), ненадёжные замки на шкафчиках в раздевалках, кто-то наоборот отметил равнодушие персонала к клиентам и т.д.

Справедлив вывод, что K2 Sport – достаточно успешно развивающаяся фитнес – сеть г. Барнаула, которая компетентна и в сфере фитнес – обслуживания, и в сфере правильного позиционирования компании на конкурентном рынке фитнес – услуг. Однако, руководству следует обратить внимание на негативные отзывы потребителей и на те факторы, которые делают пребывание клиента в клубе некомфортным, и постараться исправить хотя бы часть из них в ближайшем будущем.

Если говорить о конкретных рекомендациях в сфере рекламных и PR - коммуникаций, которые были бы полезными для сети фитнес – клубов K2 Sport, мы могли бы предложить следующие идеи:

- В преддверии следующего Нового года можно было бы провести ещё одну скидочную акцию с абонементами: абонемент, купленный в декабре (со скидкой), будет действовать с января следующего года (потому что, как известно, большинство человек, желающих начать заниматься фитнесом в том числе, выпадает на начало года, понедельники и первые числа месяца);

- Открытые показательные занятия йогой или пилатесом на открытом воздухе весной или летом (это мероприятие будет служить популяризации этих видов занятий среди населения и привлечению новых целевых аудиторий);

- Расширение сети фитнес – клубов в рамках Барнаула (хотя бы один клуб, потому что тенденция такова, что количество желающих заниматься фитнесом будет расти, а лояльность аудитории к K2 Sport достаточно высока, следовательно, высока будет и вероятность того, что новые потребители рынка фитнес – услуг сделают выбор в пользу этой фитнес - сети).

Мы надеемся, что наши практические рекомендации, с которыми мы обязательно ознакомим руководство, будут полезны и подскажут новые возможности и ориентиры для успешного развития K2 Sport в будущем.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Незгодинская В. В. Фитнес в системе физического воспитания вузов. Влияние аэробных фитнес – программ на состояние занимающихся // Сборник статей авторов – участников III Международной научно-практической конференции «Инновационные процессы в физическом воспитании студентов» (21 - 23 марта 2013). – Минск. – 2013.
2. Герасимова Ю. Е. Обзор современных фитнес – тенденций // сборник статей авторов – участников III Международной научно-практической конференции «Инновационные процессы в физическом воспитании студентов» (21 - 23 марта 2013). – Минск. – 2013.
3. Полякова И. Мифы новой России/ Полякова И. // Индустрия рекламы. – 2001. – Вып. 1.
4. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации / Гундарин М.В. – СПб.: Питер. – 2009. – 368 с.
5. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью / Гундарин М.В. – М: Инфа. – 336 с.
6. Маркетинговое исследование и анализ российского рынка фитнес-услуг [Электронный ресурс]. – МА «Step by Step». – Апрель, 2008. – URL: [http://megaresearch.ru/files/demo\\_file/5816.pdf](http://megaresearch.ru/files/demo_file/5816.pdf)

## ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЕ ЕВРАЗИЙСКИЕ УКЛОНЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ КОНЦА XX – НАЧАЛА XXI ВВ

*Е.К. Родочинская*, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций,  
филологии и политологии, 3 к.

Научный руководитель – *Т.А. Семилет*, доктор филос. наук,  
профессор

Со времен перестройки российское общество находится в процессе поиска цивилизационно-культурной идентичности и модели своего обустройства. СМИ отражают этот процесс. «СМИ не могут не воспроизводить реальность со всеми ее конфликтами и противоречиями. Это положение подтверждается результатами исследований представителей школы «культурных индикаторов», трактующих содержание СМИ как достаточно достоверное

отображение общества и культуры, в контексте которых оно осуществляется» [1].

Исследователь Г.В. Садыкова по итогам проведенной ею работы отмечает: «В целом исследование подтверждает, что выбор фрагмента действительности и ракурса является отражением культуры (в частности, политической жизни) страны, где рождается и функционирует медийный текст» [2].

В качестве гипотезы исследования выступило предположение о том, что в медийной картине мира газеты «Алтайская правда» отразилась евразийская природа России как смена уклонов внимания то в сторону Соединенных Штатов Америки, то в сторону стран Европы или Азии.

Методами исследования являются количественный и качественный анализ текста, обобщение, интерпретация. В ходе исследования были выявлены образы Европы, Азии и США в медийной картине мира на основе материалов газеты «Алтайская правда» за периоды 1993, 2003 и 2013 годов. Мы рассмотрели, как изменялось частотность упоминаний стран Европы, Азии, США, каким предстал их образ, и как он менялся на протяжении временного отрезка в двадцать лет.

Массивная информация о зарубежной жизни в «Алтайской правде» постперестроечного периода ярко выражена в публикациях 1993 года. Отход от советской содержательной модели газеты выразился в расширении объема и увеличения количества информации о зарубежных странах. В первую очередь, это выражается во введении специальных рубрик: «С миру по строчке» (которая располагается на последней странице в номере выходного дня), а также «Дайджест» – рубрика информационных сообщений из других источников (иностранных газет, информационных агентств, а также отечественных центральных изданий). Во-вторых, на каждой полосе газеты (преимущественно на первой) публикуется большое количество информационных мини-сообщений о событиях, происходящих за рубежом.

В 2003 году ситуация публикаций иностранных новостей меняется. В связи с развитием Интернет-ресурсов и использованием Всемирной паутины как еще одного источника информации, на страницах «Алтайской правды» появляется раздел «Интернет-дайджест», что способствует не только расширению базы источников информации, но и разнообразию новостей и значительному расширению географии обзоров. Что касается тематики, то политические и экономические новости теряют первенство и вытесняются информацией более развлекательного характера, описаниями курьезных случаев в мире и

необычных рекордов и достижений. При этом трагическая серьезность тона сообщений заменяется шуточной иронией. Например, публикация «Японцы хотят отколоть кусочек астероида» (иронично изложена ситуация запуска космического аппарата), или публикация «Россия и Украина поссорились из-за мощей святых» (о передаче храму 17 святых), «Рекорды на высоте» (о том, как француз поставил мировой рекорд прыжка по высоте с парашютом). Также публикации «Цветы... в туалете» (о японской туалетной ассоциации), «Где же Ирак?» (о том, что в США не знают, где находится Казахстан, Ирак, Иран и Афганистан) и многое другое.

Спустя еще десять лет, в 2013 году, трансформируется организационно-содержательная модель газеты «Алтайская правда». Это происходит в нескольких направлениях. В-первую очередь, сокращается количество информации о зарубежных странах, теперь о них можно прочесть только на второй странице газеты в мини-разделе «Лента новостей в стране и мире», где содержится более серьезная, важная информация. В рубрике «С миру по строчке» информация отбирается на основе следующих аспектов: 1) открытий и изобретений в сфере компьютерных технологий, 2) зарубежной светской хроники 3) признания в качестве авторитетных источников всемирно-известных глянцевого журналов. Раздел «Эхо планеты» включает в себя информацию более шуточного характера по случившимся событиям со всего мира. Например, «Учись кататься» (работникам ташкентских пунктов проката велосипедов рекомендовано проверять клиентов на адекватность), «Четверо суток в лифте» (в Австрии Томас Флитвуд застрял в лифте на четверо суток без еды и воды), «Самая сексуальная десятка» (из журнала People), «Ситуация в Пакистане» (из Газета.Ru), «Шотландия может отделиться», «Запрет на импорт мяса из США» и многое другое.

Содержательный аспект информации о зарубежных странах со временем также меняется. Исходя из темы исследования, акцент анализа содержания сделан на отображении медийной картины мира стран Европы, Азии и США. В газете «Алтайская правда» отразилась евразийская природа России как смена уклонов внимания то в сторону Европы и Америки, то в сторону Азии. Например, в 1993 году по количеству публикаций на первом месте оказывается Америка – упоминание о ней можно найти практически в каждом номере. Затем Европа, и с большим отрывом Азия (в большинстве упоминаются события из Японии).

Если анализировать с точки зрения оценки значимости, то следует отметить, что в публикациях содержится много компаративистского

материала: Россия сравнивается с Западом, который воспринимается как образец искомого совершенства. Например, «Чудо-рюкзак мог бы пригодиться не только в пустыне» (шотландец в одиночку пересек африканскую пустыню), «Пить, так по 65» (о том, что французы 35 лет назад пили 150 литров, а теперь 65), «В Англии – утилизация покрышек», «В Греции не воруют» и т.д.

Содержание сообщений о Востоке преимущественно представлено Японией, Китаем и странами – бывшими республиками Советского Союза, а о Западе – такими странами как Франция, Англия, Швейцария и др.

В 2003 году в количество публикаций об Азии (Дальней и Ближней) уравнивается с количеством публикаций о Европе и Америке вместе взятых, и, соответственно, превышает по численности количество публикаций по каждой из них в отдельности. По оценке значимости публикации о странах Европы с Америкой и Азией с республиками бывшего СССР уравниваются: медийная картина этих групп представляется равнозначно и по своей значимости материалы о них в «Алтайской правде» не отличаются. В содержании сообщений встречаются не только новости из-за границы (изнутри), но и заграничные новости с внешней стороны. Например: «Приехал из Китая – проверься», где акцент больше ставится не на атипичную пневмонию в Китае, а на то, чтобы российские граждане были осторожны во время и после поездки в эту страну. Публикации об Азии в этот период преобладают. Например: «Казачи за Садама воевать не собираются» (Ирак), «Китайская пиротехника смертельна», «Японцы создали супер магнит», «И бомбят Ирак» и т.д. Также о европейских странах и Америке в газете «Алтайская правда» пишут следующее: «Глобальное потепление, но в Европе станет холодно», «Исчез туалет – значит уже шесть», «Темнокожие наступают» (Великобритания) и т.д.

Другая картина складывается на примере публикации за 2013 год. По количеству зарубежных сообщений на первое место выходит Европа, с небольшим отрывом на втором месте – Азия, и на последнем – сообщения об Америке. По оценке значимости страны Европы и Азии представлены больше с политико-экономической стороны. Например, это наблюдается в публикациях «Прощай евро?», «Папа уходит в отставку», «Китай наращивает потребление», «И вагоны для Латвии», «Казахстан вербует контрактников». В них затрагивается тема экспорта, развитие экономики в странах, их место на рынке и т.д. Несмотря на то, что рубрики «С миру по строчке», «Эхо планеты» продолжают существовать и публиковать информацию более

курьезного и светского характера, политическая жизнь зарубежных стран представлена более ярко и часто. По содержанию из азиатских стран выделяются Япония, Китай, Казахстан, а из европейских – Англия, Германия, Румыния и некоторые другие.

Таким образом, рассмотрев публикации газеты «Алтайской правды» за 1993, 2003 и 2013 годы, можно сделать вывод, что образ стран Европы и Азии в медийной картине мира, представляемой Алтайской правдой, меняется. Во-первых, это выражается в количественном соотношении и существовании характерных рубрик. В 1993 году встречается большое количество зарубежных сообщений в разделах «Дайджест», «С миру по строчке» или в колонке новостей на первой полосе. В 2003 году расширяется география обзоров, появляется «Интернет-дайджест», продолжается рубрика «С миру по строчке». В 2013 году уменьшается количество сообщений за счет сокращения рубрик, так как рубрика «С миру по строчке» выходит только в номере выходного дня, а вся остальная информация о зарубежных странах публикуется на второй полосе в разделе «Лента новостей в стране и мире».

Во-вторых, меняется характер публикаций. Если в 1993 году публикуются различные сообщения о серьезных событиях, которые происходят за рубежом, то в 2003 году большее число публикаций имеют развлекательный характер, в них описываются курьезные случаи, рекорды, достижения, и в публикациях присутствует шутливая ирония. В 2013 году, вновь на первый план выходит серьезный тон сообщений, публикуется информация о политике и экономике тех или иных стран, а в более развлекательной рубрике представлена информация о светской жизни известных персон или научные открытия.

В-третьих, на примере этих трех периодов заметно, как меняется уклон в сторону той или иной стороны: Европы, Азии, Америки. Еще в 1980-х годах в период Советского Союза в журналистике делается большой уклон интереса в сторону Америки. Об этом можно судить по тому, что именно в этот период осуществляется проект Телемоста, с целью разрушения стереотипов об Америке. Советские корреспонденты работают на территории Америки, а американцы на территории СССР. После распада Советского Союза уклон продолжает существовать в отношении Америки, а не других стран, об этом свидетельствует анализ публикаций в Алтайской правде за 1993 год. В 2003 году на первый план выходят публикации о странах Азии. Восток для России становится неким образцом. В 2013 году прослеживается уклон в сторону стран Европы, что обусловлено интересом России к

Евросоюзу, европейской политике и культуре. Европа предстает в отечественных СМИ как образец политической системы, умелого ведения экономики, организации научных исследований.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коммуникативные модели СМИ как фрагменты картины мира [Электронный ресурс]. – URL:<http://evartist.narod.ru/text5/78.htm> (дата обращения: 20.04.2014).
2. Садыкова Г.В. Картина мира в англоязычных и русскоязычных электронных СМИ (на материале новостных текстов Yahoo!News и «РИА Новости») [Электронный ресурс]. – URL:<http://www.online-science.ru/m/products/filologicheskie-nauki/gid178/pg3> (дата обращения: 20.04.2014).
3. Алтайская правда: ежедневн. общ-полит. газета. – Барнаул. – 1993. 2003. – 2013.

## КРАУДФАНДИНГ В КИНОИДУСТРИИ

**В.А. Хмарова**, АлтГУ, факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии, 2 к.

Научный руководитель – **М.В. Гундарин**, канд. филос. наук, доцент

На сегодняшний день краудфандинг широко используется практически во всех сферах жизни общества, начиная от музыки и заканчивая политикой. Однако в киноиндустрии краудфандинг имеет особое значение. Он полностью изменил приоритеты кинобизнеса: теперь, чтобы снять фильм, не обязательно иметь большую сумму денег или обладать связями в кинематографе, достаточно иметь только идею, а иногда и просто желание снимать.

Пока еще не существует единого определения краудфандинга. По моему мнению, самым удачным является определение американского писателя Джеффа Хау. Он говорит, что «*краудфандинг* – это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило,



через интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций» [1].

Впервые термин краудфандинг был использован в 2009 году компанией «Kickstarter» после создания первой краудфандинговой платформы, которая представляет собой сайт для привлечения денежных средств на реализацию культурных, научных и производственных проектов.

В России краудфандинг как явление появился в 2007 году, когда музыкант Мирослав Сарбаев запустил проект «Круги». Суть проекта состоит в том, что музыканты выкладывают на сайт свои произведения, а пользователи переводят им сумму, которую считают необходимой.

Что же качается кинематографа, то первым структурированным проектом по краудфандинговому финансированию фильмов стала кампания по сбору пожертвований в августе 2004 года на завершение съемок кинокартины «Ожидание вечера» французским предпринимателем и продюсером Бенджамином Поммераудом. За три недели им удалось собрать \$50 000 [2].

У фильмов, которые снимаются посредством краудфандинговых компаний, есть несколько важных свойств:

Во-первых, «крауд-кино выступает культурой глобального меценатства». Финансируя крауд-кино, человек становится меценатом, вносит вклад в не существовавшую ранее часть реальности и культуры.

Во-вторых, часто финансируются «неформатные» кинопроекты, которые не имеют другого способа получения финансирования.

В-третьих, крауд-технологии делают кинематограф разнообразнее. Содержание большинства фильмов, финансируемых кинокомпаниями, повторяются из раза в раз и уже не вызывают большого интереса у зрителей. Крауд-фильмы привносят некое разнообразие, так как они не ограничены жесткими профессиональными требованиями и финансовыми обязательствами [2].

Сегодня существует много краудфандинговых площадок, на которых успешно собираются средства для кино-проектов.

Конечно, полномасштабное проникновение крауд-технологий в кино еще не началось, но успешных примеров достаточно. Одним из ярчайших образцов использования краудфандинга в кино может служить фильм «Железное небо».

Организацией крауд-съемок этого фильма занимался финский режиссер Тим Вуоренсол. Художественный фильм «Железное небо»

впервые был показан на Берлинском кинофестивале в начале 2012 года, а в Финляндии даже прошел в прокате [2].

«Железное небо» оказался не только самым дорогим в истории кинематографа Финляндии, бюджет составил 7,5 млн. евро, но и самым коммерчески успешным: данная картина была продана в прокат более 70 странам мира. Краудфандинговая кампания тоже довольно успешна, для фильма удалось собрать 16% бюджета, то есть 1,2 млн евро. [2].

В России сегодня реализуется много краудфандинговых кинопроектов. В данный момент собирают средства на съемки фильма «Васенин», который посвящен предстоящему 70-летию Победы. Это документальная картина о партизанах Николае Васенине.

Сегодня этот проект вышел на первое место на платформе BOONSTARTER. Он получил много окликов. В проекте участвовало почти тысяча спонсоров.

В Алтайском крае краудфандинговых проектов не так много, но они есть.

Впервые на Алтае заговорили о краудфандинге во время подготовки к съемкам фильма «Пока цветет папоротник». Однако большого отклика от населения этот проект не получил. Он реализовывался совместно с некоммерческим фондом «Народное кино».

Причин неудачи краудфандингового проекта несколько:

Во-первых, отсутствие какой-либо благодарности жертвователям. Не было предложено ни сувениров, но приоритетного просмотра.

Во-вторых, довольно скудное информационное освещение. Проект не был размещен ни на одной популярной краудфандинговой платформе, что сразу значительно сузило его аудиторию.

В-третьих, отсутствие ранее подобных проектов на Алтае. Следствием этого стала осторожность потенциальных жертвователей.

Однако фильм был снят. Правда, не на народное финансирование, а при поддержке спонсоров, по требованию которых он был преобразован в сериал.

Производством занимались компании «ИВД PRODUCTION» и «БЕЛЫЙ ЕДИНОРОГ». Премьера состоялась 1 октября 2012 года.

Успешным проектом стал документальный двухсерийный фильм «Алтай. Счастливые люди». Дмитрий Васюков, режиссер фильма, поместил описание картины на краудфандинговой платформе «Планета». Была заявлена сумма в 4 900 000, она была успешно собрана, в проекте участвовали более 2000 человек. В благодарность за свои пожертвования они в зависимости от внесенной суммы

получали сувениры, фото со съемок, саундтреки, указание в титрах фильма, алтайский мед, а также приглашения на премьеру. В настоящий момент ведутся съемки первой серии в Республике Алтай. Героями фильма станут обычные люди, которые обрели свое счастье на Алтае.

Одним из самых ярких проектов на настоящий момент является фильм Елены Погребижской «Дело Андреевой». Это документальный драматический фильм о бийской девушке, которую осудили на 7 лет колонии за убийство парня, который попытался ее изнасиловать. Дело Татьяны Андреевой получило большой резонанс в обществе.

Погребижская, режиссер – документалист, встала на сторону девушки. Она решила доказать общественности правоту девушки и организовала сбор средств на новую документальную драму. Она поместила описание кинокартины на краудфандинговой площадке «Планета» 11 августа 2014 года. Была заявлена сумма в 2 293 000 рублей. 18 августа 2014 года сборы были прекращены, так как сумма сборов составила 3 334 000 рублей, то есть 1,5 раза больше, чем требовалось.

Стоит отметить, что сразу после завершения сборов авторы кино отправили часть собранных денег в погашение ущерба, который присудил Татьяне Андреевой Бийский суд.

В настоящий момент идет подготовка к началу съемок фильма.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что краудфандинг активно используется в киноиндустрии. Он дает возможность людям, не имеющим отношения к кинопроизводству, внести свой вклад в развитие этой культурной сферы. Самым важным свойством краудфандинга, по моему мнению, является то, что он дает возможность получить финансирование для уникальных проектов, которые в силу своего новаторства или узкой направленности не имеют шансов получить поддержку от студий. Таким образом краудфандинг обогащает культуру общества.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Джефф Хау. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. – М.: Изд-во Альпина Паблишер. – 2014. – 296 с.
2. Грин Д. Крауд-технологии в кино [Электронный ресурс]. – URL: <http://zillion.net/ru/blog/516/kraud-tiekhnologhii-v-kino>.

## ЕСТЕСТВОЗНАНИЕ О СУЩНОСТИ ИНФОРМАЦИИ. ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

*И.Н. Шипилов*, РАНХиГС, экономический факультет, 3 к.

Научный руководитель – *Л.М. Лысенко*, канд. с-х. наук, доцент

Как рассматривается информация с точки зрения наук, включённых в естествознание, и что представляет собой «социальная информация»? А также весьма актуальный вопрос для нашего времени: какие возможности и проблемы стоят перед так называемой «информационной цивилизацией»? Что подразумевается под этим понятием, на каком этапе вступления в Информационную цивилизацию находится сегодня человеческое общество и насколько мы готовы к такого рода переходу?

### **Феномен и понятие информации**

Феномен и понятие информации со второй половины XX века становятся всё более распространёнными в обществе. Информация (в различных её формах) всё более наполняет нашу жизнь, проникая практически во все её сферы. Поэтому возникает необходимость уделить особое внимание важнейшей для человека форме информации – социальной информации.

Но если мы выделяем форму социальной информации, то необходимо выделить её надуровни:

– природный (с двумя формами – в органической и неорганической природе);

виды природной информации: космический (формирование, передача и поглощение сигналов природных взаимодействий Космоса), физико-химический (естественные природные реакции на микроуровнях) и планетарный (биотическая, т.е. молекулярно-генетическая и психическая информация);

– социальный (тоже с двумя формами – социальной и антропоной информацией).

### **Социальная информация**

Исследование антропоной и психической информации даёт ключ к пониманию сущности социальной информации. Социальная, а точнее, *антропосоциальная информация* может быть подразделена на уровни и несколько взаимосвязанных иерархических видов. По характеру носителей информации, можно выделить следующие её уровни:

1) естественная антропная и социальная информация (т.е. её носители – люди);

2) искусственная (т.е. техническая) информация.

Возможности и проблемы информационной цивилизации

Человеческое общество по мере своего развития прошло этапы овладения веществом, затем энергией и, наконец, информацией.

В первобытном обществе и на заре цивилизации люди осваивали вещество, создавая орудия труда и охоты (стрелы, топоры), механизмы (рычаги), средства передвижения (колесницы, корабли).

Овладение энергией подразумевает под собой использование «базовых» природных её источников: огонь, солнце, вода, ветер и мускульная сила человека.

Однако уже с самого начала человеческой истории у людей возникла потребность передачи и хранения информации. Для её передачи использовались сначала язык жестов, затем – человеческая речь. Для хранения информации стали использовать наскальные рисунки, затем появилась письменность.

Информационным принято считать общество, в котором большая часть населения занята получением, переработкой, передачей и хранением информации. Мы же рассмотрим это понятие несколько глубже.

Можно считать, что сейчас мы – человеческое общество – находимся на этапе, скорее, постиндустриальной, нежели Информационной цивилизации. Однако уже стоим на пороге последней. Вступлением же в неё можно будет считать факт формирования Коллективного Общепланетарного Разума.

Для этого необходимо:

- выставление на первое место повышения интеллектуального потенциала стран;
- развитие культуры труда;
- всеобщая демократизация.

И тогда, достигнув этих результатов, новое информационное общество сможет решать глобальные проблемы. К примеру, проблема загрязнения окружающей среды будет решаться не локально, а массово – всем человеческим обществом.

К тому же единение Востока и Запада (ведь общество-то станет Общепланетарным) принесёт свои замечательные плоды: унификации не будет – Восток и Запад сохраняют свои традиции и обычаи (хотя, вероятно, не все, однако это уже будет сделано «по добру»), но при этом привнесут всё лучшее друг в друга, а, следовательно, и вообще во всё общество.

При этом перед уже формирующимся Новым обществом встанут другие проблемы:

– демократизация приведёт к сильнейшей конкуренции: люди, не владеющие элементарными компьютерными знаниями, окажутся не нужными обществу.

– опасность современных технологий. Возникает эта опасность из-за неопытности персонала, из-за просчётов, что, впоследствии, приводит к сверхкатастрофам (опыт которых человечество уже успело пережить).

Однако, одновременно, такая опасность является неким стимулом развития новой, более безопасной, продвинутой (возможно даже более простой в использовании) техники.

Также, вероятно, создав для себя условия техногенных опасностей, человечество забудет о внешних конфликтах, а масштабность проблем (человеком же созданных) подтолкнёт общество к единению для общего их разрешения.

Итог: Информационная цивилизация – будущее современного общества. Создание Коллективного Разума можно будет считать окончанием перехода постиндустриальной цивилизации в информационную. У новой цивилизации будут (да и уже имеются) как положительные, так и отрицательные моменты. Однако, проблемы станут разрешать легче, ведь делаться это будет совместно «всей планетой».

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кожевина Л.П. Концепции современного естествознания. – Барнаул: Изд-во АГАУ. – 2002. – 15 с.
2. Моисеев Н.Н. Информационное общество: возможности и реальность // Полис. – 1999. – № 3 – с. 1-11.
3. Писаренко В.Ф.. Генетика человека [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.psy-analyst.ru/our/genetics.pdf>.
4. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: [http:// ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)

5. Информационно-образовательный портал для учителя информатики и ИКТ [Электронный ресурс]. – Заглавие с экрана. – URL: <http://www.klyaksa.net>

*Научное издание*

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО  
В АСПЕКТЕ ГУМАНИТАРНЫХ  
И ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК – 2014**

Материалы III междисциплинарной межвузовской конференции

Логотип Д.Е. Култышев  
Дизайн Р.М. Сахатов

Составитель А.О. Коваленко  
под редакцией  
В.В. Белозерских  
О.А. Скубач

Подписано в печать 27 ноября 2014 г.  
Бумага офсетная 80гр. Тираж 50 экз.

Отпечатано в ООО «Алтай-Циклон»  
г. Барнаул, ул. Кирова, 49 а  
E-mail: [altai-ciklon@mail.ru](mailto:altai-ciklon@mail.ru)