

ГУМАНИТАРНЫЙ ТРАКТАТ

научный журнал о гуманитарных науках

Публикации для студентов, молодых ученых и научно-преподавательского состава на www.gumtraktat.ru

ISSN 2500-1159 Издательский дом "Плутон" www.idpluton.ru

Выпуск № 124

КЕМЕРОВО 2022

23 мая 2022 г.

ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431

ISSN 2500-1159

ОУДК 378.001

Кемерово

Журнал выпускается ежемесячно, публикует статьи по гуманитарным наукам. Подробнее на www.gumtraktat.ru

За точность приведенных сведений и содержание данных, не подлежащих открытой публикации, несут ответственность авторы.

Редкол.:

П.И. Никитин - главный редактор, ответственный за выпуск.

Н.В.Обелюнас - кандидат филологических наук, экс-преподаватель кафедры журналистики и русской литературы 20 века КемГУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

А.Е. Чурсина – редактор, ответственный за первичную модерацию и рецензирование статей.

С. А. Уталиев – доктор философских наук; Казахско-Русский Международный университет (КРМУ)

С. С. Жубакова - кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной педагогики и самопознания, Евразийский Национальный университет имени Л.Н. Гумилева

В.А. Макеев - кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой гуманитарных дисциплин филиала Воронежского государственного технического университета в г. Борисоглебске

Е. В. Суровцева - кандидат филологических наук; Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова.

З. М. Мухамедова - доктор философских наук, кафедра социально-гуманитарных наук Ташкентский государственный стоматологический институт.

А. А. Бейсембаева - кандидат педагогических наук, профессор кафедры Педагогики и психологии Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана

Х. Б. Норбутаев - кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой начального образования Термезский государственный университет

Г. М. Сыдыкова - кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии Кыргызского Национального университета имени Жусупа Баласагына

Д.Х. Исламова – доктор философии, Ташкентский государственный технический университет

С. С. Байсарина - кандидат педагогических наук, доцент Евразийского национального университета имени Л.Н.Гумилева, профессор РАЕ.

А.О. Сергеева - ответственный администратор[и др.];

Научный журнал о гуманитарных науках «Гуманитарный трактат», входящий в состав «Издательского дома «Плутон», был создан с целью популяризации гуманитарных наук. Мы рады приветствовать студентов, аспирантов, преподавателей и научных сотрудников. Надеемся подарить Вам множество полезной информации, вдохновить на новые научные исследования.

Издательский дом «Плутон» www.idpluton.ru e-mail: admin@idpluton.ru

Подписано в печать 23.05.2022 г.

Формат 14,8×21 1/4. | Усл. печ. л. 6.2. | Тираж 300.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку).

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей и за сам факт их публикации.

Редакция не несет ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

При использовании и заимствовании материалов ссылка обязательна.

Содержание

1. ИКОНОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАРТИНЫ ЗАСЛУЖЕННОГО ХУДОЖНИКА РФ С.М. ЧЕРКАСОВА «ТРУДЯГИ».....4
Петришина М.С.
2. ПРАКТИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В СУБЪЕКТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ).....8
Ермольчик Ю.Н.
3. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ11
Ермольчик Ю.Н.
4. СУБЪЕКТИВНЫЙ ОПЫТ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ.....15
Нармуратов И.
5. ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЕДАГОГИКИ НОВОГО ВОЗРОЖДЕНИЯ.....18
Навбатова Р.Х.
6. РОЛЬ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В РАЗВИТИИ ЗНАНИЯ ЯЗЫКА УЧАЩИХСЯ ИЗУЧАЮЩИХ EFL.....20
Абдужаббарова М.Р.
7. СКАНДАЛ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗРИТЕЛЬСКОЙ АУДИТОРИИ К КАНАЛУ YOUTUBE.....22
Фёдорова А.В., Шигабетдинова Г.М.

Петришина Мария Сергеевна
Petrishina Maria Sergeevna

магистр Школы искусств и гуманитарных наук
ФГБОУ ВО «Дальневосточный Федеральный Университет»

УДК 7.071

ИКОНОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАРТИНЫ ЗАСЛУЖЕННОГО ХУДОЖНИКА РФ С.М. ЧЕРКАСОВА «ТРУДЯГИ»

AN ICONOLOGICAL ANALYSIS OF S.M. CHERKASOV'S PAINTING "WORKERS" BY HONORED ARTIST OF THE RUSSIAN FEDERATION

Аннотация. В статье рассматривается творчество С.М. Черкасова – русского живописца и графика, проводится иконологический анализ произведения «Трудяги», а также сравнение этой работы с картиной Ван Гога «Башмаки».

Abstract. article examines the work of S.M. Cherkasov, a Russian painter and graphic artist, conducts an iconological analysis of the work "Hard Workers", as well as a comparison of this work with Van Gogh's painting "Shoes"

Ключевые слова: иконологический анализ, импрессионизм, С.М Черкасов, Винсент Ван Гог.

Keywords: iconological analysis, impressionism, S.M. Cherkasov, Vincent Van Gogh.

Для иконологического анализа в данной работе используется картина С.М. Черкасова «Трудяги» (рис. 1). Интерпретировать любое произведение С.М. Черкасова с иконологических позиций непросто потому, что сегодня в этом направлении искусства отсутствует устоявшаяся терминология.

Иконология - наименование возникшего в 20-е - 30-е годы XX столетия исследовательского направления в истории искусств, являющегося дополнением к иконографии и изучающего символические аспекты какого-либо художественного произведения. Термин впервые появился в заголовке сочинения Чезаре Рипы «Иконология» (1593), обозначая всякое собрание и описание образов.

Иконологическая методика впервые появляется в диссертации страсбургского учёного Аби Варбурга (1866-1929), в 1892 году, посвящённой двум полотнам Боттичелли. Понятие же иконологический анализ он впервые применяет, описывая свою методику работы над фресками, изображающими месяцы года во дворце Скифанойя в Ферраре. Аби Варбург представлял историю искусства как череду внеисторических, латентных и архаических сакральных символов, впервые проявившихся в античности и продолжавших свое скрытое существование в культуре последующих эпох [2].

По нашему мнению, творчество С.М. Черкасова не может быть однозначно отнесено к какому-то определенному направлению. Художнику присущ его уникальный стиль, сочетающий в себе реализм, фантазийность и романтические тенденции. Большинство картин художник пишет на пленэре - при естественном солнечном свете на открытом воздухе. Благодаря такому освещению художник передает всё богатство природных цветов и окружающей атмосферы. Пленэр воспитывает тонкость вкуса и тренирует память, вырабатывает навык реалистичного переложения видимого пространства на бумагу. Поэтому, картины С.М. Черкасова наполнены воздухом и светом. В России во 2-й половине XIX — начале XX века пленэрной живописью успешно занимались Владимир Серов, Исаак Левитан, Василий Поленов, Константин Коровин, Игорь Грабарь [4].

Для творчества С.М. Черкасова характерны тональная, цветовая и воздушная перспектива, слабая светотень, воздушная дымка (нарисованный воздух, при чем полноправный и самостоятельный участник сюжета), а прорисовка деталей явно склонна к обобщениям. Рука опытного художника видна в мелочах: стабильности мазка, виртуозном владении техникой живописи и графики, композиционной и цветовой уравновешенности, ряде повторяющихся «фирменных» приемов – набрызгов.

Нельзя достоверно предположить, какие именно смыслы заложены в основу картины, поэтому, инструментом интерпретации для нас является интуиция. Соответственно, единственно

верной интерпретацией будет та, которая направлена не на поиск «сознательных замыслов» художника, а та, которая отражает «врожденный» центральный первичный образ произведения, заложенный при его создании и ведущий художника через все этапы творения. В этом плане наиболее верная интерпретация представляет собой максимальное приближение к реконструкции «произведения в душе», ибо абсолютного воспроизведения не получится никогда.

Интуитивный путь познания используется тогда, когда художник не выражает послание вербально. Это определило подход, который заставляет нас как аналитиков обращаться к символам и читать произведение через иконологию.

Основой композиционного равновесия картины является взаимодействие двух основных объемов – обуви на переднем плане и моря на заднем. Выброшенное на берег дерево делит картину пополам. Видно, что оно долго находилось в воде и давно иссохло, потрескалось, утратило кору, ветви и листья. Предположительно, этот кусок дерева является символом странника, изрядно потрепанного волнами и, впредь, нашедшего свое пристанище на твердой почве. Художник акцентирует свое внимание на этом предмете оттеняя его. Дерево являет собой своеобразную границу между водой и землей, но в тоже время, в цветовом соотношении является продолжением побережья. Путь, пройденный этим деревом находит отражение в цикличности человеческой жизни – рождение, становление, странствие, возвращение домой, смерть. Аналогичное осмысление мы наблюдаем в башмаках, разве что дерево уже завершило свой цикл, а владелец обуви еще проходит свое «приключение» по жизни. Стоит сделать вывод, что у С.М. Черкасова символы работают друг на друга, а произведение уравновешено по цвету и композиции (такая уравновешенность характерна для большинства работ художника).

Для идентификации генезиса важно отметить, что, на наш взгляд, представленная картина С.М. Черкасова может являться аллюзией на знаменитую серию работ Винсента Ван Гога (1853-1890), на которых художник изображал старые ботинки. Вероятно, что Ван Гог в своих старых башмаках видел особую символику. Помятые и изношенные башмаки символизировали тяжелый труд рабочих и их нелёгкую жизнь. И ближе всего по композиции работа С.М. Черкасова близка к одной из наиболее известных Ван Гога «Башмаки» (рис. 2). Эта картина стала поводом для всякого рода психологических ассоциаций. Немецкий мыслитель Мартин Хайдеггер говорил, что «сломанность» башмаков, их антиутилитарное изображение делают их выразительным средством, излучающим опыт крестьянства. Крестьянин носит их, но не видит их истины. Только художник, «сломав» башмаки, может предьявить их несокрытость. В этом метафора отличается от аллегии: она переносит свойства одного объекта на другой, освобождая его и наделяя поэтикой [8]. Близость композиции еще более подчеркивает разительный контраст пластики.

В итоге можно сделать вывод, что С.М. Черкасов, знакомый с творчеством Винсента Ван Гога, использовал известный образ и воплотил его на холсте с одним важным дополнением – художник написал на фоне башмаков море. Благодаря этому, глаз зрителя видит уже не обувь уставшего, бедного рабочего, который вызывает сострадание, а башмаки человека, отправившегося после тяжелого рабочего дня расслабиться на побережье. Также, стоит отметить, что «Трудяги» С.М. Черкасова принадлежат человеку более высокого достатка – они не так изношены, а подошва отливает блеском. Возможно, это обувь самого С.М. Черкасова, а быть может, персонажа, который отправился на рыбалку, чтобы добыть ужин для своей семьи или просто ушедшему прогуливаться по каменному берегу босиком. Важная черта героя С.М. Черкасова – то, что он живет близко к морю, уже априори делает его глубоко счастливым.

Сравнивая две картины, мы видим, что образно-символический ряд «Башмаков» Винсента Ван Гога и «Трудяги» С.М. Черкасова достаточно схож. Это явлено в изображении башмаков – правый ботинок изображен короче левого, они оба не зашнурованы, видны люверсы. Правда, «язычок» левого ботинка вывернут наружу, в то время как у Ван Гога он спрятан внутрь. Обувь явно принадлежит возрастному трудящемуся мужчине. Образ ботинок представляется как некое воплощение жизни в чистом, незамутненном, естественном движении, поэтической сущности. Философские идеи выражены в ясной и однозначной форме. В этих картинах можно распознать и аллегоризм (башмаков), и метафоризм, но все же ведущим типом здесь видится символизм. Не случайно известный искусствовед Н.А. Дмитриева справедливо пишет по поводу символизма Ван Гога: «Для Ван Гога «символика» крылась в самых обыкновенных вещах, как они есть, и ему было непонятно, зачем нужно составлять небывалые комбинации, зачем рисовать глаз, отделенный от лица и парящий над рекой, когда достаточно взглянуть с родственным вниманием в обыкновенные

башмаки или обыкновенный стул, чтобы ощутить бездонность их смыслов, перекинуть от них мост к другим явлениям мира. Но для этого надо было обладать пронзительностью видения Ван Гога, которая сама в свой черед зависела от богатства его человеческого, душевного опыта, от напряженности его внутренней жизни» [1]. Этой же философии придерживается и С.М. Черкасов.

Разность семантики этих картин объясняется тем, что даже вечные ценности в различные эпохи интерпретируются по-разному. Схожесть же парадигм имеет под собой определенную социально-историческую основу. Оба художника жили и творили в эпохи становления принципиально новых социально-экономических и производственных систем – экономический кризис в Нидерландах (середина XIX, Ван Гог), перестройка и развал СССР (С.М. Черкасов). Обuvi придавалось огромное значение ещё в древности. Её передавали из поколения в поколение, что означало преемственность традиций - дети идут по пути отцов. Вероятно, С.М. Черкасов умышленно использует известный образ Ван Гога, показывая, что за столетия жизнь рабочих все-таки изменилась. В современном мире пусть и существует еще деление на социальные группы, но социальный класс уже никак не влияет на самоопределение человека и его будущее, осуждается рабство и неравенство.

В словаре символов указано, что башмак - амбивалентный символ: с одной стороны, он олицетворяет свободу (поскольку раб ходил босым), с другой - скромность и униженность. Также, этот символ говорит о контроле, поскольку контролировать башмак – значит, контролировать самого человека, поэтому обладание башмаком невесты и саму ее отдает во власть жениха. Снять обувь при входе в святое место – значит, оставить снаружи контакт с земным и войти со смирением, сняв с себя грех. В христианстве башмак символизирует инструменты сапожника и является эмблемой святых братьев Криспина и Криспиниана, которые занимались башмачным ремеслом в Суассоне. В 287 году, во время гонения на христиан, были брошены в котёл с расплавленным оловом [7].

Стоит еще раз подчеркнуть, что С.М. Черкасов написал большое количество работ с изображением обуви. Художник вкладывает в этот предмет большой смысл и, в последнее время, часто пишет их у порога дома «Без порога – это первые работы, далее я начал писать их только на пороге. Для меня это символ входа в дом, знак. Добро, зло там. Вот почему под порог всякие гадости кладут: пики, иголки» [5]. Несмотря на то, есть ли на картине персонаж, мы определенно чувствуем присутствие человека и, через образ обуви, понимаем его возраст, настроение и эмоции. Порог – это граница, особое пространство, в котором предполагается необходимость выбора. Ю.М. Лотман называет границу «важнейшей функциональной и структурной позицией» семиосферы, определяющей «сущность ее семиотического механизма», отграничивая ее от «внесемиотического» и «иносемиотического» пространств [3]. Это пространство, которое разделяет разные миры, но в котором действуют силы каждой из сторон: «порог оказывается местом их встречи, переплетений и неравномерных смещений». В «пространстве порога» реализуется ситуация «жизни на краю», связанная с особыми переживаниями, решениями человека в момент пересечения границы, на пороге жизни и смерти [6].

Картины Ван Гога и С.М. Черкасова не имеют выраженного сюжета (конкретного действия, происшедшего на картине), а их гармоническая цельность сродни цельности человеческой души. Весь образный строй живописи этих художников насквозь «очеловечен». Соответственно, на примере этих картин прослеживается эволюция исторических эпох, мировоззрения, научных, религиозных, философских, социальных подтекстов, культурных кодов. При всей видимой разности их семантической формы они схожи по парадигматическому содержанию.

Библиографический список:

1. Дмитриева, Н.А. Ван Гог. Человек и художник. М.: Наука. 1980. – 397 с.
2. Искусствовед.ру «Иконографический метод анализа художественного произведения» – сетевой ресурс об искусстве и культуре: [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <https://iskusstvoed.ru/2016/10/07/ikonograficheskij-metod-analiza-hudo/> (дата обращения: 30.11.2021)
3. Лотман, Ю.М. Семиотика культуры // Лотман Ю.М. Избранные статьи в трех томах. – Таллин, 1992. – Т. 1: Статьи по семиотике и типологии культуры. – С. 13–14
4. Морозов, В.И. «Пленер»: Практич. пособие /Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2012 с. 3
5. Петришина, М.С. Интервью с художником С.М. Черкасовым. Рукопись фонозапись. от 26.02.2021, с. 8

6. Рымарь, Н. Т. Поэтика границы в литературе: эстетические и поэтологические аспекты границы как феномена художественного языка. - Siedlce, 2016. – 198с.
7. Трессидер, Д. Башмак. Словарь символов / Пер. с англ. С. Палько. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999. — 448 с
8. Хайдеггер, М. Исток художественного творения. М.: Академический проект, 2005 .- 526 с.

Ермольчик Юлия Николаевна
Ermolchik Yulia Nikolaevna

Студентка 2 курса магистратуры Брянского филиала РАНХиГС

УДК 328.187

ПРАКТИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В СУБЪЕКТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ)

THE PRACTICE OF ENSURING OF INFORMATIVE OPENNESS OF THE EXECUTIVE AUTHORITIES OF THE STATE AUTHORITY IN THE SUBJECT OF THE RUSSIAN FEDERATION (ON THE EXAMPLE OF THE BRYANSK REGION)

Аннотация: в данной статье рассмотрена правовая основа информационной открытости органов государственной власти, проанализированы некоторые формы ее обеспечения. Дана характеристика информационных сайтов органов исполнительной власти Брянской области и их пабликов в социальных сетях, в частности, Правительства Брянской области, департамента образования и науки Брянской области, департамента внутренней политики Брянской области. В заключении выявлены основные проблемы обеспечения информационной открытости данных органов власти, и даны конкретные рекомендации по ее совершенствованию.

Abstract: this article considers the legal basis for the informative openness of public authorities, analyzes some forms of its provision. The information sites of the executive authorities of the Bryansk region and their publics in social networks, in particular, the Government of the Bryansk region, the department of education and science of the Bryansk region, the department of internal policy of the Bryansk region, are characterized. In conclusion, the main problems of ensuring of the informative openness of these authorities are identified, and specific recommendations are given for its improvement.

Ключевые слова: информационная открытость, исполнительный орган государственной власти, Правительство Брянской области, информационный сайт, паблик, социальная сеть.

Key words: information, informative openness, e-government, state and municipal administration, authority, access to information, transparency and openness of the activities of authorities.

В настоящее время важным показателем эффективности функционирования органов власти при реализации установленных полномочий, необходимым элементом осуществления связи между гражданами и органами власти является их информационная открытость.

Право граждан на информацию является одним из важнейших политических и личных прав человека. Согласно ст. 29 Конституции Российской Федерации каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Так, реализация права граждан на информацию, обеспечение информационной открытости органов государственной власти являются одними из важнейших условий развития правового государства, [1].

Согласно ст. 8 Федерального закона от 27 июля 2006 г № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» государственные органы и органы местного самоуправления обязаны обеспечивать доступ к информации о своей деятельности на русском языке и государственном языке республик в составе Российской Федерации. Лицо, желающее получить доступ к такой информации, не обязано обосновывать необходимость ее получения, [2].

В статье 4 Федерального закона от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» определены основные принципы обеспечения доступа к информации о деятельности указанных органов, [3]:

- открытость и доступность информации, за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом;
- достоверность информации и своевременность ее предоставления;
- свобода поиска, получения, передачи и распространения информации любым законным способом;

- соблюдение прав граждан на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту их чести и деловой репутации, права организаций на защиту их деловой репутации при предоставлении информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.

Информационная открытость может быть реализована с помощью различных источников и инструментов регулирования. Среди основных источников и инструментов информации, имеющихся в распоряжении органов власти, можно назвать печатные средства массовой информации органов власти, новостные блоки, посвященные злободневным вопросам жизнедеятельности региона, телепередачи с участием представителей органов власти и, конечно, официальные сайты органов власти, [4].

По данным ВЦИОМ, - современное общество воспринимает информацию в основном через смартфоны, планшеты и ноутбуки, большинство людей находят интересующую их информацию в социальных сетях и новостных интернет-порталах. В то время как телевидение, радио и печатные СМИ уходят на второй план. Именно поэтому мы считаем, что важнейшей задачей органов власти, особенно в муниципальных образованиях, является обеспечение информационной открытости своей деятельности путем развития официальных сайтов и продвижения их в социальных сетях, [7].

Для анализа информационной открытости мы проанализировали сайты некоторых исполнительных органов власти Брянской области. Основными критериями для оценки информационной открытости сайта региональных органов власти для нас стали: 1) общая информация об органе власти; 2) подробная и актуальная информация о руководстве органа исполнительной власти (фото, биография, контактные данные, приемные часы); 3) оперативность и периодичность размещения новостей; 4) полнота и оперативность размещения информации о государственных услугах; 5) периодичность размещения плана мероприятий на текущую неделю; 6) актуальная информация о сотрудниках органа власти (фото начальников отделов и управлений, функции, список сотрудников, контактные данные); 7) дизайн, структура, информационное наполнение дополнительных разделов; 8) информация о подведомственных организациях (адреса, телефоны, Ф.И.О. начальников).

Интересно, что по данным проектного центра «Инфометр» с 2010 года официальный сайт Правительства Брянской области находится в тройке лидеров среди регионов ЦФО и России по информационной открытости, [11].

Проектный центр «Инфометр» ежегодно проводит исследование открытости правительств и администраций Российской Федерации. Итоговая оценка открытости каждого из правительств субъектов Российской Федерации была сформирована из четырех показателей: открытость сайта, открытые данные, пользовательские сценарии и реакция на запрос.

В 2020 году высший исполнительный орган Брянской области занял 6 место среди 85 региональных администраций и правительств субъектов Российской Федерации. В Центральном федеральном округе Правительство Брянской области заняло первое место, [10].

В ходе анализа сайта Правительства Брянской области мы сделали вывод о том, что он является одним из самых открытых и наполненных по содержанию среди других исполнительных органов власти, на сайте регулярно обновляются новости, разработана удобная навигационная система, приятный дизайн и доступна полная информация о сотрудниках Правительства.

Был проведен анализ и других сайтов исполнительных органов власти региона, среди которых наиболее развитыми и крупными являются два органа власти: департамент образования и науки Брянской области и департамент внутренней политики Брянской области.

Так, на сайте департамента образования и науки Брянской области были выявлены следующие недостатки: 1) раздел «Открытые данные» последний раз обновлялся в 2016 году; 2) раздел «Противодействие коррупции» обновлялся последний раз в 2019 году; 3) отсутствуют фотографии начальников отделов; 4) в разделе «Инфографика» ведутся технические работы, [9].

Информационный паблик департамента в одной из самых популярных социальных сетей «В контакте» имеет 2 458 подписчиков (по состоянию на 27.05.2021), лента новостей регулярно обновляется. В паблике мы видим высокую активность пользователей и обратную связь департамента с населением, [6].

На сайте департамента внутренней политики Брянской области были выявлены следующие недостатки: 1) в разделе «Руководство» отсутствует содержание, вся контактная информация о руководстве и сотрудниках находится в разделе «Гражданам»; 2) отсутствуют фотографии

руководства (а также их биография) и начальников отделов; 3) сведения о доходах госслужащих последний раз обновлялись в 2019 году; 4) неудобный дизайн и несовершенство версии для слабовидящих, [8].

Информационный паблик департамента в социальной сети «В контакте» был создан недавно и имеет низкое количество подписчиков (всего 162 подписчика по состоянию на 27.05.2021), тем не менее, лента новостей регулярно обновляется, но о группе необходимо информировать более активно, [5].

Таким образом, в ходе анализа правовой основы информационной открытости исполнительных органов государственной власти в субъектах Российской Федерации, а также состояния информационных сайтов и пабликов в социальных сетях органов исполнительной власти Брянской области, предлагается: 1) обеспечить максимальную информационную открытость органов власти через продвижение региональных пабликов органов власти в социальных сетях («В контакте», «Одноклассники»); 2) органам власти осуществлять контроль за работой лиц, ответственных за содержательное наполнение информационных сайтов; 3) уделить особое внимание регулярному обновлению на сайтах новостей, документов, актуальных сведений о руководстве и его контактных данных, а также проведению опросов населения о качестве предоставления государственных услуг для их последующего анализа.

Библиографический список:

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020.
2. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 20.03.2021) // «Собрание законодательства РФ», 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3448.
3. Федеральный закон от 09.02.2009 N 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» // «Собрание законодательства РФ», 16.02.2009, N 7, ст. 776.
4. Дубровская Ю.В., Жаворонкова К.С. Информационная открытость органов власти как важнейший критерий эффективности государственного и муниципального управления // Государственное управление. Электронный вестник. 2016. №55. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/> дата обращения 04.05.2022.
5. Официальный информационный паблик департамента внутренней политики Брянской области в социальной сети «В контакте». Режим доступа: <https://vk.com/public192912400> дата обращения 10.05.2022.
6. Официальный информационный паблик департамента образования и науки Брянской области в социальной сети «В контакте». Режим доступа: <https://vk.com/edu32> дата обращения 02.05.2022.
7. Официальный сайт ВЦИОМ. Режим доступа: <https://wciom.ru/> дата обращения 04.05.2022.
8. Официальный сайт департамента внутренней политики Брянской области. Режим доступа: <https://dvp32.ru/> дата обращения 04.05.2022.
9. Официальный сайт департамента образования и науки Брянской области. Режим доступа: <http://www.edu.debryansk.ru/> дата обращения 04.05.2022.
10. Официальный сайт Правительства Брянской области. Режим доступа: <http://www.bryanskobl.ru/news/2016/12/22/5772> дата обращения 04.05.2022.
11. Официальный сайт проектного центра «Инфометр». Режим доступа: <http://system.infometer.org/ru/monitoring/408/rating/> дата обращения 05.05.2022.

Ермольчик Юлия Николаевна
Ermolchik Yulia Nikolaevna

Студентка 2 курса магистратуры Брянского филиала РАНХиГС

УДК 323

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

LEGAL BASIS FOR ENSURING OF INFORMATIVE OPENNESS OF STATE AND MUNICIPAL AUTHORITIES

Аннотация: в представленной статье рассматривается содержание ключевых нормативных правовых актов в сфере обеспечения информационной открытости в государственных и муниципальных органах власти, анализируются основные стадии формирования информационной открытости государственного и муниципального управления; раскрываются принципы информационного доступа о деятельности органов власти; рассматриваются приоритетные направления развития информационной открытости в государственном и муниципальном управлении.

Abstract: the present article discusses the content of key regulatory legal acts in the field of ensuring informative openness in state and municipal authorities, analyzes the main stages in the formation of informative openness of state and municipal government; the principles of information access about the activities of authorities are revealed; priority directions for the development of informative openness in state and municipal administration are considered.

Ключевые слова: информация, информационная открытость, электронное правительство, государственное и муниципальное управление, орган власти, доступ к информации, прозрачность и открытость деятельности органов власти.

Key words: information, informative openness, e-government, state and municipal administration, authority, access to information, transparency and openness of the activities of authorities.

Развитие информационной открытости органов власти уже на протяжении нескольких лет является ключевым направлением государственного и муниципального управления нашей страны. Рассмотрим содержание ключевых нормативных правовых актов, направленных на совершенствование открытости и прозрачности органов власти.

Согласно ч. 2 ст. 24 Конституции Российской Федерации «... каждому гражданину предоставляется возможность обеспечения материалами и документами, которые затрагивают его свободы и права, если иное не предусмотрено законодательством». Гражданин в соответствии с ч. 4 ст. 29 Конституции Российской Федерации по отношению к информации «... имеет право в рамках закона свободно получать, искать, распространять, производить и передавать информацию». Кроме того, каждому гражданину предоставляется возможность лично обращаться в органы власти, а также направлять коллективные и индивидуальные предложения, жалобы, запросы и т. д. (ст. 33 Конституции Российской Федерации). Гражданам Российской Федерации (ст. 42 Конституции Российской Федерации) законодательно предоставляется возможность «... получать полную и достоверную информацию об экологической составляющей среды существования». Гарантом в соответствии со ст. 80 Конституции РФ по этим вопросам выступает президент Российской Федерации, [1].

Содержание информационной открытости было раскрыто в Постановлении Правительства РФ от 2002 г. № 65 «О федеральной целевой программе “Электронная Россия (2002–2010 годы)”», [5]. Основными целями данной целевой программы являются: 1) повышение качества взаимоотношений граждан и государства; 2) увеличение свободного доступа к информации для общества о деятельности власти; 3) повышение продуктивности государственного управления; 4) распространение и внедрение коммуникационных и информационных технологий.

Достижение вышеуказанных целей стало возможным только через полное изменение формата предоставления государственных услуг и развитие системы функционирования электронного правительства.

Ключевые стадии развития информационной открытости органов государственного управления закрепляются в Постановлении Правительства РФ от 12 февраля 2003 г. № 98 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти» (отменено в 2009 г.), [6].

В 2009 году развитию процесса информационной открытости органов государственного и муниципального управления способствовало новое постановление Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2009 г. № 95 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти» было в целом ориентировано на, [8].

В 2006 году укрепил основы правового регулирования отношений между государством и обществом в сфере информационной доступности Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» [4]. Обратим внимание на то, что в указанном законе крайне мало положений о регулировании порядка получения официальной информации о деятельности органов власти. В основном в нем рассматриваются вопросы защиты информации при получении права на использование информационных ресурсов органов власти.

Проанализировав ст. 2 закона, мы видим, что вместо информационной открытости приводится определение доступа к информации, то есть «... доступ к предоставлению и использованию данного информационного ресурса». В п. 3 ст. 3 назван принцип доступности к информационным источникам о деятельности государственных и муниципальных органов управления. Согласно ст. 6 обладателями информации являются субъект РФ, юридическое лицо, муниципальное образование, гражданин, Российская Федерация.

Вместе с тем, в п. 4 ст. 8 Федерального закона от 27 июня 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» запрещается ограничение прав доступа граждан к следующим видам информации: о деятельности органов власти и об использовании средств бюджета государства, о состоянии окружающей среды, о законах, регулирующих права и свободы гражданина РФ, [4].

В 2008 году Президентом России была подписана Стратегия развития информационного общества от 7 февраля 2008 г. № Пр-2129, [12]. Данный документ закрепил ряд задач с использованием информационных технологий, а именно: «... совершенствование сферы образования, научной деятельности, медицины, социальной защиты, развитие экономики и системы государственного управления, взаимодействие государственной власти с бизнесом и обществом в целом, улучшение качества и скорости предоставления государственных услуг, противодействие использованию информационных технологий в целях угрозы интересам государства и др.»

Ключевым моментом на пути развития информационной доступности стало принятие Федерального закона от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», [3]. Главными целями данного закона выступают «... возможность открытости ведения деятельности государственной власти и муниципальных органов, активное нововведение информационных технологий, массовое информирование о деятельности органов государственного и местного управления».

В ст. 4 Федерального закона № 8-ФЗ прописаны следующие принципы информационного доступа о деятельности органов власти: доступность, открытость, достоверность, своевременность информации; свобода распространения, поиска, получения и передачи информации.

Об ограничениях доступа к информации, являющейся государственной тайной, указано в полном объеме в ст. 5, а в ст. 6 определены способы обеспечения доступа к информации. К ним относятся «... публицирование, размещение и предоставление информации о деятельности 38 органов власти в сети Интернет, а также в помещениях, которые занимают органы управления; возможность личного присутствия граждан на заседаниях государственных органов и органов местного самоуправления».

Например, в п. 3 ст. 8 указано, что пользователь данной информацией имеет право оставить причину запроса без разъяснений. Перечень размещаемой информации в сети Интернет, а также ключевые требования доступа представлены в ст. 13.

Надзор и контроль над обеспечением возможности доступа к информации прописаны в ст. 24. В данной статье говорится, что «... контроль осуществляется руководителями органов власти,

порядок осуществления контроля регулируется правовыми актами органов государственного управления».

Надзор над исполнением данного федерального закона осуществляет Генеральная прокуратура РФ на основе Федерального закона «О прокуратуре Российской Федерации», [2]. Ответственность за несоблюдение прав гражданина на получение информации подробно описана в ст. 25 вышеуказанного закона. Ответственные лица за доступ к информации о деятельности государственных органов несут гражданскую, дисциплинарную и уголовную ответственность.

Практика показывает, что принятие закона №8-ФЗ значительно увеличило открытость и прозрачность деятельности органов власти. Организация информационного доступа посредством сети Интернет ранее осуществлялась на основе Постановления Правительства РФ от 15 июля 2009 г. № 478 «О единой системе информационно-справочной поддержки граждан и организаций по вопросам взаимодействия с органами исполнительной власти и органами местного самоуправления с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет» (утратило силу в 2011 г.), [47. Постановление обязывало органы государственного и муниципального управления содержать информационные источники: сводный реестр, единый портал, региональный портал муниципальных и государственных услуг.

Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. № 1815-р «О принятии государственной программы Российской Федерации “Информационное общество (2011–2020 годы)”» определило основные ориентиры развития информационной открытости в России на ближайшие 39 несколько лет, [9], однако это распоряжение утратило силу 15 апреля 2014 года. Данная программа была направлена на развитие «информационного общества», а именно «... на улучшение качества общественной жизни за счет использования информационных технологий и телекоммуникаций; создание общих и равных условий доступности к информационным технологиям (медиасреда); создание инфраструктуры, формирующей безопасность и суверенитет Российской Федерации и ее граждан; взаимодействие государственной структуры и граждан РФ с информационными технологиями».

В настоящее время Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» закрепил следующие задачи в области информационной открытости органов власти, [11]:

«... - повышение качества официальных государственных сайтов сети Интернет для всех слоев населения, в которых содержится актуальная информация о действиях органов государственного и муниципального управления;

- увеличение степени открытости деятельности государственных структур;

- предоставление доступа к информации и достоверным данным».

В Распоряжении Правительства РФ от 10 июня 2013 г. № 1187-р «О Перечнях информации о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, размещаемой в сети Интернет в форме открытых данных» закреплён перечень общедоступной информации о деятельности государственного и муниципального управления, которая размещается в сети Интернет, [10].

Таким образом, на сегодняшний день в государственном и муниципальном управлении ведется непрерывная работа по совершенствованию информационной открытости органов власти, ведется анализ и оценка государственных и муниципальных официальных сайтов, а также мониторинг формирования общедоступных информационных открытых данных о государственной деятельности в сети Интернет.

Библиографический список:

1. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020. Дата обращения 02.05.2022.

2. Федеральный закон от 17.01.1992 N 2202-1 "О прокуратуре Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021) // "Собрание законодательства РФ", 20.11.1995, N 47, ст. 4472.

3. Федеральный закон от 09.02.2009 N 8-ФЗ "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления" // "Собрание законодательства РФ", 16.02.2009, N 7, ст. 776.

4. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) // "Российская газета", N 165, 29.07.2006.

5. Постановление Правительства РФ от 28.01.2002 N 65 "О федеральной целевой программе "Электронная Россия (2002 - 2010 годы)" // Собрание законодательства Российской Федерации от 4 февраля 2002 г. N 5 ст. 531.

6. Постановление Правительства РФ от 12.02.2003 N 98 "Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти" // Собрание законодательства Российской Федерации от 17 февраля 2003 г. N 7 ст. 658. Утратило силу.

7. Постановление Правительства РФ от 15.06.2009 N 478 "О единой системе информационно-справочной поддержки граждан и организаций по вопросам взаимодействия с органами исполнительной власти и органами местного самоуправления с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет" (вместе с "Концепцией единой системы информационно-справочной поддержки граждан и организаций по вопросам взаимодействия с органами исполнительной власти и органами местного самоуправления с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет", "Правилами размещения в федеральных государственных информационных системах "Сводный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)" и "Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)" сведений о государственных и муниципальных услугах (функциях)") // Собрание законодательства Российской Федерации от 22 июня 2009 г. N 25 ст. 3061.

8. Постановление Правительства РФ от 24.11.2009 N 953 "Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти" (вместе с "Требованиями к технологическим, программным и лингвистическим средствам обеспечения пользования официальным сайтом Правительства Российской Федерации в сети Интернет") // в Собрание законодательства Российской Федерации от 30 ноября 2009 г. N 48 ст. 5832.

9. Распоряжение Правительства РФ от 20.10.2010 N 1815-р "О государственной программе Российской Федерации "Информационное общество (2011 - 2020 годы)". Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_106767/4b6b1ec3d9a61a8204d8fdc520469db8e0daa367/ (Утратило силу). Дата обращения 04.05.2022.

10. Распоряжение Правительства РФ от 10.07.2013 N 1187-р «О Перечнях информации о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, размещаемой в сети "Интернет" в форме открытых данных». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149441/d737b9e990f13eb3507d18cfd7904c5f60f6a468/ дата обращения 02.05.2022

11. Указ Президента РФ от 07.05.2012 N 601 "Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления" // Собрание законодательства Российской Федерации от 7 мая 2012 г. N 19 ст. 2338.

12. "Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации" (утв. Президентом РФ 07.02.2008 N Пр-212) // "Российская газета" от 16 февраля 2008 г. N 34.

Нармуратов Ишанкул
Narmuratov Ishankul

кандидат педагогических наук и.о., доцент Термезского государственного университета

УДК 37

СУБЪЕКТИВНЫЙ ОПЫТ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ

SUBJECTIVE LEARNING EXPERIENCE

Аннотация. Существующие программы профессиональной подготовки будущего педагога не в полной мере ориентированы на субъективный личностный опыт студентов, не обращены к их первоначальным представлениям о педагогической деятельности, не учитывают собственного опыта обучаемых. Субъективный опыт в процессе обучения постоянно преобразуется, видоизменяется по накопительному принципу.

Annotation. The existing professional training programs for a future teacher are not fully focused on the subjective personal experience of students, are not addressed to their initial ideas about pedagogical activity, and do not take into account the students' own experience. Subjective experience in the learning process is constantly transformed, modified according to the accumulative principle.

Ключевые слова. Пустой, мир, подготовка, знания

Keywords. Hollow, peace, preparation, knowledge

Каждый цикл обучения добавляет новые знания, приемы и способы работы, очередная ступень строится на основе постановки и решения студентами учебно-профессиональных задач, при этом актуализируются имеющиеся знания и осваиваются новые элементы профессионального опыта. Педагогическая практика для студентов является серьезным экзаменом, показывающим уровень их теоретической подготовки и одновременно школой практического мастерства, в которой они делают первые попытки в самореализации, овладевают операционными структурами и опытом профессиональной педагогической деятельности, при условии последовательного формирования и развития профессиональных умений. Педагогическая практика, как особый вид деятельности, требует от студентов актуализации индивидуального опыта, накопленного на теоретических и практических занятиях, интеграции знаний и профессиональных умений, которые в наибольшей степени способствуют развитию акмеологической позиции.

Личностные качества и профессиональные умения, мотивация профессиональных достижений являются основными компонентами в профессиональной деятельности будущего учителя. Эта ключевая идея заложена в основу концепции разработанной нами программы семинара-практикума «Акмеологическая позиция будущего учителя». Необходимо использовать эти умения в практических целях с высокой эффективностью, осваивать новые алгоритмы и способы решения профессиональных задач. Методологической основой построения содержания семинара явились научные положения о смыслообразующей роли профессиональных знаний и умений в саморазвитии, о решающей роли внутренней детерминации в процессе самосовершенствования, о восходящем характере развития человека как субъекта деятельности. Сформированная акмеологическая позиция является детерминантой повышения качества профессиональной подготовки будущих учителей. Используемые в семинаре педагогические задачи, тренинги, ролевые игры, а также задания, при выполнении которых студент реализует свое отношение к будущей профессии, преобразуя свой внутренний мир, предполагают формирование у студентов определенной системы знаний, умений и навыков по решению профессиональных задач, адекватных учебным целям и возрастным особенностям школьников, знаний о способах личностного саморазвития, о механизмах, способствующих движению к успеху, которые должны послужить своеобразным стартом самоорганизации и саморазвития личности.

На семинарских и практических занятиях в процессе педагогической практики экспериментальной группой были практически закреплены изученные знания, необходимые в профессионально-педагогической деятельности будущего учителя, сформированы профессиональные умения и профессионально-личностные качества, необходимые для осуществления профессионально-педагогической деятельности.

Определена связь между основными группами задач, ориентированными на становление базовой (общепрофессиональной) компетентности будущего учителя и акмеологической позицией. Взаимосвязь показывает, что студент, умеющий конструировать педагогические задачи ориентирован на успех в профессиональной деятельности, на дальнейшее развитие своего творческого потенциала. Наиболее высоким показателем сформированноеTM умений решать профессиональные задачи соответствует достаточно высокий уровень развития акмеологической позиции.

Экспериментальным путем подтверждена эффективность модели педагогической практики, способствующая развитию акмеологической позиции будущего учителя и определяющая установку на саморазвитие, на реализацию профессионального потенциала будущего учителя.

Заключение

Тенденция современного образования к возрастанию субъектно-творческого начала в профессионально-педагогической деятельности требует высокого уровня развития акмеологической позиции педагога. В результате проведенного исследования достигнута основная цель — теоретически обоснованы и экспериментальным путем проверены педагогические условия, способствующие развитию акмеологической позиции будущего учителя в процессе педагогической практики.

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы:

Акмеологическая позиция будущего учителя — это интегративная характеристика личности, ориентированная на высокие результаты и достижения педагогического труда, на развитие творчества учителя и ученика при наличии устойчивых гуманистических мотивов профессиональной деятельности.

Содержание акмеологической позиции представлено в виде следующих взаимосвязанных компонентов: когнитивного, эмоционально-ценностного, рефлексивно-оценочного, коммуникативного, мотивационного), предполагающих целеполагание, информационный синтез, проектирование деятельности, исполнительские действия, рефлексию.

Уровень сформированности акмеологической позиции студентов определяется совокупностью педагогических условий, обеспечивающих повышение качества профессиональной подготовки будущих учителей, стремление к самосовершенствованию и успешной самореализации в профессии, в творческом саморазвитии, ориентации на достижение высот профессионализма.

Педагогическая практика представляет собой процесс достижения «малого акме», требует от студентов актуализации индивидуального опыта, накопленного на теоретических и практических занятиях. Обогащая новым содержанием педагогическую практику на старших курсах, студент возвращается к «старому» содержанию, усвоенному на предыдущих курсах. Научные знания, накопленные и проанализированные ранее, на следующем витке обогащаются и синтезируются.

Разработана и теоретически обоснована модель педагогической практики, способствующая развитию акмеологической позиции будущего учителя, определяющая установку на саморазвитие, на реализацию профессионального потенциала будущего учителя.

Определена корреляция между основными группами задач, ориентированными на становление базовой (общепрофессиональной) компетентности будущего учителя и акмеологической позицией. Наиболее высоким показателем сформированности умений решать профессиональные задачи соответствует достаточно высокий уровень развития акмеологической позиции.

Разработанная и апробированная программа семинара-практикума «Акмеологическая позиция будущего учителя» подтвердила результативность включения в содержание и организацию педагогической практики системы развивающих заданий, комплекса упражнений, тренингов индивидуального воздействия на процесс развития акмеологической позиции будущего учителя. В результате исследования обоснованы методики по развитию акмеологической позиции будущего учителя и диагностики, позволяющие осуществить качественную и количественную оценку исследуемого процесса.

Разработаны и апробированы научно-методические рекомендации по развитию акмеологической позиции будущих учителей в процессе педагогической практики.

Проведенное исследование открывает новые направления изучения данной проблемы: исследование возможностей педагогической практики при междисциплинарных исследованиях современного студента, построении акмеологической среды педагогического вуза.

Библиографический список:

1. Письмо Министерства образования Российской Федерации от 3 августа 2000 г. № 14-55-484 ин /15 // Вестник образования. — Сентябрь № 18. — 2000. - С. 21-27.
2. Послание Президента РФ Федеральному собранию / Д.Медведев // Российская газета. 2008. - 6 — 12 ноября. — С. 2 — 8.3. 18 программ тренингов: руководство для профессионалов / под науч. ред. В. А. Чикер. СПб.: Речь, 2008. - 368 с.
3. Абдуллина, О. А. Общепедагогическая подготовка учителя в системе высшего педагогического образования : для педагогических специальных высших учебных заведений / О. А. Абдуллина. — М. : Просвещение, 1990. — 141с.
4. Абульханова-Славская, К. А. Акмеологическое понимание субъекта // К кн.: Основы общей и прикладной акмеологии / К. А. Абульханова-Славская — М. :РАГС, 1995.-205 с.
5. Аверьянов, А. Н. Системное познание мира: методологические проблемы / А. Н. Аверьянов. М.: Политиздат, 1985. — 263 с.

Навбатова Рано Ходжимуратовна
Navbatova Rano Khodzhimuratovna

преподаватель кафедры русского языка и литературы педагогического института Термезского государственного университета

УДК 37

ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЕДАГОГИКИ НОВОГО ВОЗРОЖДЕНИЯ

HISTORICAL FOUNDATIONS OF THE PEDAGOGY OF THE NEW RENAISSANCE

Аннотация: В частности, в статье рассматривается тот факт, что каждый работник (педагог), занимающийся педагогической деятельностью, должен иметь определенный уровень знаний в области педагогики и что должно быть важным в приобретении этих знаний.

Annotation: In particular, the article discusses the fact that every employee (teacher) engaged in pedagogical activities should have a certain level of knowledge in pedagogy and what should be important in the acquisition of this knowledge.

Ключевые слова: педагогика, педология, физиология, психология, образование, воспитание, наука.

Keywords: pedagogy, pedology, physiology, psychology, education, upbringing, science.

История педагогики и образования наука об особенностях и закономерностях исторического развития, образования, воспитание школы и педагогической мысли с древнейших времен до наших дней. Она (наука) дает нам возможность понять, как возникли и развивались те или иные педагогические явления и процессы (школа, обучение, воспитание, их методы и формы и т.д.). Мы можем судить об историческом прошлом на основании исторических источников:

1. Устный и письменный фольклор (народный).

2. Этнографический материал (наблюдение жизни древних времен).

3. Архивные материалы (документы).

4. Старые учебники, пособия, педагогические труды.

5. Литературные источники (мемуары, автобиография). Методы истории педагогики и образовании:

- Сбор, изучение и обобщение исторических источников получение новых, исторических фактов.

- Теоретический анализ и обобщение исторических фактов создание правильной, верной исторической картины.

Цель дисциплины. Дать научные представление и знания об историческом пути развития педагогической науки, выявить наиболее значимые события, получить знания о педагогах, сыгравших значимую роль в ее развитии. Задачи дисциплины:

- расширить общепедагогический кругозор студентов - будущих учителей, развивать их педагогическое мышление и культуру.

Когда же появилась первая школа? В средние века, в Древней Греции, Риме или Египте, а может еще раньше? Казалось бы, какая школа без учителя, который научит читать, писать, считать? А что если сам «учитель» понятия не имеет о грамоте? Такое было. Еще у древнейших людей (1,5 млн – 200 000 лет до н.э.) старый человек, накопивший за его долгую жизнь знания, становился мудрым советчиком в общественных делах. Старшее поколение делилось с молодежью опытом, который само приобрело от предшествующих поколений. Крупнейшим явлением духовной жизни людей на протяжении всего периода формирования человечества была речь. Но только появление Человека Разумного (100 000 лет назад) открыло перед языком возможности дальнейшего развития. Развитие речи, а затем и письменности определяет развитие процесса обучения. Первые очаги культуры возникли на берегу Персидского залива в Древней Месопотамии (Междуречье). Именно и здесь, в Дельте Тигра и Евфрата, в 4 тысячелетии до н.э. жили шумеры. Севернее жили семитыаккадцы, главным городом которых был Аккад. В Месопотамии успешно развивалось астрономия, математика, агротехника, были созданы оригинальная письменность, изобретены колесо, монеты, процветали различные искусства. Письмо возникло, как полагают, в Египте и

Месопотамии примерно одновременно. Обычно изобретателями клинописи (письмена из черточек в форме клиньев) считают шумеров. Первые клинописные тексты относят к началу III тысячелетия. Основным материалом служила влажная глина, а в дальнейшем начали пользоваться кожей, привозным папирусом. Инструментом для письма служила тростниковая палочка. Мы рассмотрим наиболее важные вопросы, связанные с возникновением и развитием школы. Значение древнейших школ на Земле было велико. Несмотря на трудную долю ученика, которая выпадала ему во время учебы (что следует из приведенных ранее текстов), писцовое образование было необходимо для последующего продвижения по службе. Тех, кто заканчивал дома табличек, можно было назвать счастливыми. Без этих домов табличек наверняка не было бы у этого древнего народа такой высокой культуры, — они умели не только читать, умножать и делить, но и писать стихи, сочинять музыку, они знали астрономию и минералогию, создали первые библиотеки и многое другое. Изучение истории всегда очень увлекательно и, кроме того, способствует осмыслению накопленного человечеством опыта, сравнению его с сегодняшним днем, т. е. дает все новую и новую «пищу для размышления». Данные археологии свидетельствуют о том, что первые школы возникли в III тысячелетии до нашей эры и в Египте. Обучение было индивидуальным, начиналось оно с того момента, когда ученик приходил первый раз, и завершалось для каждого в зависимости от его способностей, трудолюбия, прилежания и материальных возможностей. Школа Древнего Египта была небольшой по размерам (несколько десятков учеников). Учились в основном мальчики. Девочки редко посещали школы. Они достигали брачного возраста в 12—14 лет. Их учили, как правило, дома, и многие из них владели грамотой. Это подтверждается большим количеством дошедших до нас писем и документов, написанных рукой женщины. К числу выдающихся достижений древневосточной педагогической мысли можно отнести идею об ученичестве как закономерном этапе в жизни человека Древней Индии середины I тысячелетия до нашей эры. Вся жизнь индийца, в сущности, являлась завершенным циклом обрядов. Ритуал «Учитель, получая ученика как зародыш, дает ему второе рождение», — гласила древнеиндийская мудрость. Получивший «второе рождение» («дважды рожденный»), как правило, несколько лет жил в доме наставника — гуру, под его руководством заучивая наизусть формулы вед и постигая обряды. Учитель был обязан любить учеников, как своих детей, не скрывать от них знания, не пользоваться их услугами так, чтобы это повредило ученикам. Ему предписывалось не только обучать учеников, но и развивать их физически и духовно. Обучение в Древней Индии было основано на устной передаче знаний. Ученики воспринимали тексты на слух, разбирали и заучивали их. Средневековья оправдан формационно-классовый подход, ибо это феодальный строй, господствующей силой которого выступают светские и духовные феодалы, а на другом полюсе — зависимое крестьянство. Средневековье представляется в своем существовании как арена постоянной борьбы за власть и господство над умами и сердцами людей, как непрерывная цепь завоевательных войн, походов и т. д. Вместе с тем, это эпоха, когда создавались непревзойденные образцы во всех областях науки, культуры, искусства, особенно в период позднего Средневековья и эпоху Возрождения. Все это отражается в теории и практике воспитания, образования, обучения, Культура и образование Средневековья всегда вызывали интерес и широко освещались в истории педагогики. Еще до революции была издана книга Н. Сперанского «Очерки по истории народной школы в Западной Европе» (М., 1896), книга П. Г. Мижужева «Главные моменты в развитии западноевропейской школы» (М., 1913) и ряд других работ. Переведенная на русский язык в 1908 г. Н. Сперанским книга немецкого историка педагогики Ф. Паульсена «Исторический очерк развития образования в Германии» содержит огромное количество фактов, ярких описаний, оригинальных оценок. Большое количество работ, посвященных этой эпохе, включает и советская, и постсоветская история педагогики и как наука, и как учебный предмет. Средневековое образование как утверждение религиозной морали, идеологии, культуры включало целостную систему школьного образования. В раннем Средневековье школы обычно существовали при приходях, как подготовка священника низшего ранга, и особенно при монастырях.

Библиографический список:

1. Антология педагогической мысли христианского Средневековья: в 2 т. - М., 1994.
2. История педагогики и образования: учебник для студ. вузов / Д. И. Латышина.— Москва: Гардарики, 2008.—526 с.
3. История образования и педагогической мысли за рубежом и в России /Под ред. З.И.Васильевой. – М., 2005.

Абдужаббарова Мадина Рахматилло кызы
Abdujabbarova Madina Rahmatillo kizi

Учитель. Университет Аль Бухари, Ташкент, республика Узбекистан

E-mail: madinaabdujabbarova12@gmail.com

УДК 378.14

РОЛЬ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В РАЗВИТИИ ЗНАНИЯ ЯЗЫКА УЧАЩИХСЯ ИЗУЧАЮЩИХ EFL

THE ROLE OF GIVING FEEDBACK IN DEVELOPING LANGUAGE PROFICIENCY OF EFL LEARNERS

Аннотация: В последнее время мы стали свидетелями масштабных изменений в феномене преподавания английского языка во всем мире. Таким образом, за последнее десятилетие было проведено несколько текущих исследований, призванных облегчить задачу более эффективного обучения. В этом смысле в этой статье рассматривается менее обсуждаемая тема, а именно предоставление обратной связи в письменной или устной форме, с точки зрения ее потенциальных достоинств в развитии навыков говорения у изучающих английский язык.

Abstract: In recent times, we have witnessed a massive shift in the phenomenon of English language teaching universally. Thus, there has been several ongoing researches to facilitate the task of teaching more effective for the last decade. In this sense, fairly less discussed topic, which is giving feedback either in written or oral form, is studied in terms of its potential merits in cultivating speaking skills of EFL learners in this article.

Ключевые слова: формативное оценивание, устная обратная связь, письменная обратная связь, владение языком.

Key words: formative assessment, oral feedback, written feedback, language proficiency

It is beyond the doubt that teachers of English language either as a second or foreign have often raised the question ‘How to develop speaking skills of my students effectively?’. Surely, as a response to this dilemma there can be found various strategies, techniques and approaches amidst which giving feedback both orally or written plays a significant role. Once it is presented in a clear way with meaningful guidelines and instructions feedback can highly favor in raising comprehension of EFL learners in speaking. Thus, feedback is regarded very powerful tool to improve proficiency in spoken output. In general, it can be finalized that feedback is a necessary part of formative assessment, through which both teachers and learners have an access to be informed about how students are managing to accomplish classroom targets.

However, it should also be born in mind that giving feedback is not a simple skill to master every language instructor must be aware of its purpose and how to master that skill proficiently. This statement arouses quite keen interest on how to find solution to this problem which will have a thorough discussion in this paper. Firstly, in order to give feedback, one should have precise learning goals, to work out proper lessons and tasks that interrelate with those goals, of course – encouraging learners to set clear aims for themselves and strategies that will facilitate the achievement of those set aims. Formative feedback encompasses the power double-barreled approach, ensuring to address both cognition and motivation of learners simultaneously. Effective feedback provides learners with reference on where their progress is going and what further steps will be of theirs – cognitive factor. When they start to realize what target should be followed and its reason, many learners develop a sense that they have control regarding their own study – this is – motivational factor. There is information available to use for students in effective feedback, in other words, it is a must criterion that students can understand and hear it. If there does not occur any comprehension students become reluctant to listen to or feel it deeply which means that feedback has been out of use for the learners since student’s self-confidence and control of feelings actively participate, even well-organized feedback can be extremely overwhelming.

Good feedback should be consistent with the language proficiency of the receivers, learners, otherwise the purpose of it changes acting more in a destructive way.

Proficient second-language acquisition occurs in two forms, from silent and receptive, which means

student is able to comprehend the word though he/she is not confident in using it, throughout the initial language production and the evolution of speech, to intermediate and advanced proficiency. Understanding where a particular student's development lies along this continuum will help you give appropriate feedback.

It is also important to coordinate your feedback with the instructional program or model you are using to serve the English language learners. Programs vary considerably in ways that affect how feedback is given, including the amount of native language use, the purpose of native language use (for a transition to English or for further development in the native language as well as in English), the amount of time allowed for the program, and the approach used to teaching English.

In the final analysis, feedback is always adaptive. It always depends on something else. Feedback is based on the learning target, the particular assignment, the particular student, and the characteristics of a given piece of work. Feedback also depends on the depth of the teacher's understanding of the topic and of how students learn it.

Reference:

1. Bloom, B. S., Engelhart, M. D., Furst, E. J., Hill, W. H., & Krathwohl, D. R. (Eds). (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals. Handbook I: Cognitive domain*. New York: David McKay.
2. Bacha, N. (2001). Writing evaluation: what can analytic versus holistic essay scoring tell us. *System*, 29, 371–383.
3. Dignen, B. (2014). Five reasons why feedback may be the most important skills. Available at <http://www.cambridge.org/elt/blog/2014/03/fivereasons-feedback-may-important-skill/> (accessed on 6 December 2014)
4. Zaman, M., & Azad, A. K. (2012). Feedback in EFL writing at tertiary level: teachers' and learners' perceptions. *ASA University Review*, 6(1), 139-156

Фёдорова Анастасия Валерьевна
Fyodorova Anastasia Valerievna

Студентка Ульяновского государственного технического университета, гуманитарный факультет

Шигабетдинова Гузель Мирхайзановна
Shigabetdinova Guzel Mirkhaizanovna

Научный руководитель
кандидат педагогических наук, доцент кафедры политологии, социологии и связей с общественностью

УДК 159.9

СКАНДАЛ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗРИТЕЛЬСКОЙ АУДИТОРИИ К КАНАЛУ YOUTUBE

SCANDAL AS A WAY TO ATTRACT THE VIEWER AUDIENCE TO THE YOUTUBE CHANNEL

Аннотация: Статья посвящена исследованию методов увеличения YouTube-аудитории. Изучен феномен скандала как одного из способов привлечения внимания к видеоролику. Приведены подходы зарубежных учёных к объяснению сущности конфликта; рассмотрена его структура; названы положительные и отрицательные функции, определена роль средств массовой информации в этом процессе. Перечислены и охарактеризованы актуальные приёмы продвижения видеоконтента на YouTube. При изучении литературы разработана критериальная база для дальнейшего исследования эмпирического объекта. В ходе контент-анализа выпуска YouTube-шоу «Музыкалити» на основании выявленных параметров исследована психология аудитории, коммуникатора и сообщения. Определено влияние провокационного эпизода на привлечение зрительской аудитории; приведены данные о количестве просмотров и комментариев под видео. Сделан следующий вывод: провокационные эпизоды способны заинтересовать зрителей YouTube, однако рост просмотров видеоролика связан с комплексностью применяемых средств.

Abstract: The article is devoted to the study of methods for increasing the YouTube audience. The phenomenon of scandal as one of the ways to draw attention to the video is studied. The approaches of foreign scientists to the explanation of the essence of the conflict are given; its structure is considered; positive and negative functions are named, the role of mass media in this process is defined. The current methods of promoting video content on YouTube are listed and characterized. When studying the literature, a criteria base was developed for further research of the empirical object. During the content analysis of the release of the YouTube show "Musicality" on the basis of the identified parameters, the psychology of the audience, the communicator and the message was investigated. The influence of the provocative episode on the attraction of the audience was determined; data on the number of views and comments under the video are given. The following conclusion was drawn: provocative episodes can interest YouTube viewers, however, the growth in video views is associated with the complexity of the means used.

Ключевые слова: YouTube, видеоролик, психология массовой коммуникации, целевая аудитория, скандал, продвижение, просмотры.

Keywords: YouTube, video, psychology, mass media, target audience, scandal, promotion, views, psychological parameters.

Современный этап развития видеохостинга YouTube характеризуется не только ростом зрительской аудитории (ежедневно более 2 миллиардов людей по всему миру заходят на эту платформу), но и повышением конкуренции среди создателей контента. В связи с этим пользователи применяют различные методы увеличения просмотров видеороликов.

Актуальность темы обусловлена, во-первых, стремительным развитием интернета как средства массовой коммуникации, во-вторых, недостаточной научной проработкой выбранной темы; в-третьих, особенностями восприятия аудиторией провокационного видеоконтента.

Объект исследования – методы привлечения зрительской аудитории YouTube, *предмет* – влияние скандальных эпизодов на рост просмотров видеоролика. *Эмпирический объект* – YouTube-

шоу «Музыкалити» (выпуск с Ларисой Долиной и Karna.val). *Цель работы* – выявить эффективные способы увеличения зрителей на YouTube.

Как показывает многолетняя практика видеоблогеров, зрители сильнее реагируют на ролики, содержащие конфликтные эпизоды. Одной из причин считается потребность в психологической разрядке: переключая внимание на чужой конфликт, человек отвлекается от собственных проблем. Именно поэтому скандал стал одним из способов привлечения YouTube-аудитории.

В последние годы наблюдается рост числа скандалов в медиапространстве. Это обусловлено медиатизацией общества, массовых коммуникаций и, следовательно, появлением новых возможностей для распространения конфликтов: в Интернете новости о них передаются за считанные минуты, усиливая тем самым динамику инцидентов.

Решая задачу изучения феномена скандала, мы изучили теоретические источники Соснина В.А. и Ушаковой И.А. и выявили, что в основе скандала лежит несовпадение интересов двух или более людей. Рассмотрение этого феномена только с негативной стороны считается ошибочным, поскольку конфликт может выполнять и конструктивные функции.

Скандал – это рассогласованность взглядов, убеждений, идей оппонентов, которая проявляется в осознании сторонами невозможности одновременного осуществления их желаний. Немецкий социолог Никлас Луман в своей работе «Реальность массмедиа» говорил о том, что основу конфликта составляют нарушение интересов личности с позиций морали/социальной справедливости и проблема, требующая разрешения. Наличие этих факторов приводит к проявлению защитных реакций субъекта на стрессовые ситуации. Следующим «шагом» является публичная огласка, «разоблачение» инцидента, которая обязательно приводит к общественному возмущению и порицанию. Другой немецкий учёный, Франк Бёш, писал, что особенно активно обсуждаются нарушения нравственных норм в том случае, когда в роли оппонентов выступают знаменитости [4, с. 129-130]. Среди участников медиаскандала выделяются несколько сторон: непосредственно оппоненты; средства массовой информации, включая Интернет; обобщённый Другой (общественное сознание, т.е. аудитория). Являясь формой массовой коммуникации, скандал выполняет как деструктивные (разрушительные), так и конструктивные (созидательные) функции [3, с. 155-158].

Деструктивные функции: ухудшение взаимоотношений; рост психологической напряжённости (в своём поведении стороны зачастую опираются не на разум, а на эмоции: это снижает вероятность адекватного разрешения инцидента); ухудшение репутации одного или обоих оппонентов; эскалация конфликта, расширение числа его участников.

Конструктивные функции: приобретение индивидами опыта в работе над межличностными проблемами; усиление консолидации в обществе; рост внимания к вопросам морали и социальной справедливости; стимулирование личности (или группы) к положительным изменениям и развитию; выявление интересов людей, прогнозирование и профилактика разногласий в будущем.

СМИ в этом процессе могут выполнять двоякую роль: принимать позицию одного из участников скандала либо находиться на стороне обобщённого Другого, т.е. выступать независимым источником освещения провокационной ситуации/транслировать ценности социальной справедливости.

В ходе решения второй задачи – рассмотрения основных методов привлечения YouTube-зрителей – нами были проанализированы работы Вопиловой А.А. и Малышева В.К. Определено, что провокация – это лишь один из методов привлечения внимания аудитории в медиапространстве. Для роста просмотров видеоролика более предпочтительно использование комбинации разнообразных способов, связанных с алгоритмами видеохостинга.

Степень активности интернет-пользователей в обсуждении конфликта позволяет оценить эффективность его применения коммуникатором с точки зрения привлечения внимания реципиентов. Вместе с этим, использование только скандала как способа увеличения просмотров видеоролика становится недостаточным. Существует множество этичных методов продвижения YouTube-контента, которые в комплексе дают нужный результат. Перечислим основные:

В первую очередь – создание «цепляющего» заголовка. Для увеличения числа «кликов» название ролика должно быть интригующим; следует также добавлять цифры и ключевые слова. Эффективно использование скобок: по результатам исследования компании HubSpot видео, в заголовке которых есть скобки, получают на 30% больше кликов.

Другим эффективным способом является разработка «кликабельных» превью. Превью – это небольшая картинка, при нажатии на которую происходит воспроизведение ролика. На превью

следует помещать самые интересные моменты из видео. Оформлять такие картинки желательно в едином стиле – так зритель лучше запоминает канал. Необходимо использовать и конечные заставки – «подсказки» или ссылки на другие видео данного YouTube-канала, появляющихся на последних секундах ролика.

Для удобства нахождения роликов необходимо сгруппировать ролики тематические в плейлисты по направлениям/рубрикам. Успешность этого приёма обусловлена автоматическим воспроизведением плейлиста (видео проигрываются друг за другом).

Следует также применять транскрибацию видео – функцию автоматического перевода аудио в текст. Субтитры, которые видит пользователь при просмотре ленты, могут заинтересовать его и побудить к открытию ролика [2, с. 179-182].

Важный момент в продвижении контента – поддержание активности зрителей. Алгоритмы YouTube устроены так, что в рекомендации попадают видео с наибольшим числом «лайков» и комментариев. Для того чтобы занимать высокие места в поисковой выдаче, необходимо в каждом ролике побуждать аудиторию к обратной связи [1, с. 1310-1311].

На основе изученных теоретических источников нами выявлена структурированная критериальная основа для дальнейшего анализа эмпирического объекта: **психология аудитории** (социально-демографические и индивидуально-психологические параметры; мотивы обращения к СМК; уровень цикличности аудитории); **психология коммуникатора** (функция издателя; социально-демографические, имиджевые и внутренние характеристики; характер общения с аудиторией (по Газарху); тип харизматической личности; социально-психологическая модель коммуникатора); **психология сообщения** (направленность текста (по Хараху); вид медиатекста; типология новости; значимость события).

Нами было проведено эмпирическое исследование в форме контент-анализа видеоролика (выпуск YouTube-шоу «Музыкалити» с Ларисой Долиной и Karna.val от 08.04.2021).

Анализ показал, что успешность реализации функций массовой коммуникации, эффективность восприятия информации зрителями зависят от того, насколько при разработке контента учтены три важные составляющие: психология аудитории, коммуникатора и сообщения.

Для того чтобы привлечь внимание к видеоконтенту, важно принимать во внимание *социально-демографические параметры* целевой **аудитории**. Главным из них является возраст (18-30 лет). Остальные характеристики не имеют чётких границ: пол – и мужской, и женский; образование – и среднее, и высшее; преобладающий вид деятельности – студенты или молодые специалисты, конкретного распределения по профессиям нет; география – жители как городов, так и сельской местности.

Также коммуникатору необходимо знать *индивидуально-психологические параметры* потенциальных зрителей YouTube-канала: их интересы (современная музыка); ценности и установки (свобода, искренность, творчество, самовыражение, индивидуальность, дружба, уважение к предпочтениям других людей, стремление к признанию).

Одной из главных характеристик психологии аудитории являются *мотивы обращения к СМК*. Среди них можно выделить:

- Информационные: получение информации о музыкальных новинках, стремление ориентироваться в современной музыке; понимать разницу в восприятии музыки представителями разных поколений;
- Развлекательные: отдохнуть от учёбы и повседневных забот, снять психологическое напряжение, поднять настроение, получить положительные эмоции;
- Коммуникативные: виртуально встретиться с известными людьми, обсудить с друзьями или массовой аудиторией (т.е. в комментариях) очередной выпуск; высказать своё мнение о тех или иных музыкальных произведениях, исполнителях; узнать точку зрения другого человека;
- Социальной идентификации: найти людей с похожими музыкальными вкусами;
- Самопознания и самоутверждения: определить свои музыкальные предпочтения, выявить любимый жанр, способность к адекватной оценке произведения в целом (мелодия, текст, манера исполнения).

Число просмотров видеоролика напрямую зависит от *уровня цикличности аудитории*. Данный показатель отличается в зависимости от типа СМК. Цикличность аудитории YouTube выглядит следующим образом. Суточная: пик посещаемости – с 12:00 до 18:00, поэтому ролики публикуются приблизительно в 16:00. Недельная: рост числа зрителей к выходным, соответственно, шоу обычно

выходит по четвергам или пятницам. Сезонная: увеличение аудитории с декабря по март и с сентября по ноябрь, вследствие чего шоу выпускается сезонами (в одном сезоне примерно 8 выпусков, шоу выходит 1 раз в неделю).

Структура **коммуникатора** в системе массовых коммуникаций (МК) включает 2 компонента: издатель и собственно коммуникатор. Издатель – это социальные институты, влияющие на МК. Издатель шоу «Музыкалити» – творческое объединение «Gazgolder». Собственно коммуникатор – лицо или группа лиц, занятых производством и распространением сообщения (журналисты, дикторы, ведущие). Коммуникатором исследуемого объекта является шоумен Максим Галкин.

Охарактеризуем *функцию издателя*. Цель шоу – познакомить зрителей и участников с музыкальными новинками; определить и показать особенности восприятия тенденций в музыке представителями разных поколений.

Далее оценим *социально-демографические характеристики*. Профессиональная роль коммуникатора: ведущий; пол – мужской; образование – высшее. Возраст ведущего: 45 лет (в программе всегда участвуют по одному представителю старшего поколения и молодёжи. Донести взгляды обеих категорий способен человек именно среднего возраста, поскольку он разбирается в современных трендах, и одновременно обладает жизненным опытом).

Индивидуально-личностные характеристики коммуникатора делятся на 2 группы: внешние (имиджевые) и внутренние (личностно-образные).

К *имиджевым характеристикам* можно отнести внешний вид (стиль одежды ведущего – спортивный, современный, т.к. целевая аудитория шоу – молодёжь). Что касается поведенческих реакций, то здесь коммуникатор преподносит информацию эмоционально, часто шутит, реагирует на высказывания гостей и даёт свои комментарии. Он достаточно активно жестикулирует, но это не вызывает раздражения реципиентов, т.к. в развлекательном шоу динамичность движений уместна.

По классификации Газарха, ведущий использует *ближнедистанционный тип общения*: он смотрит в камеру, постоянно ведёт диалог с аудиторией, лично обращается к каждому зрителю, например, задаёт вопросы. То есть происходит имитация непосредственного общения, и зритель словно включается в происходящее. Такой подход позволяет реципиенту эффективнее усвоить информацию: находясь как будто в студии, в процессе обсуждения он лучше поймёт, как оценивают музыку представители разных возрастных групп.

Наиболее значимыми оказываются *внутренние характеристики* коммуникатора. Он обладает хорошими риторическими навыками: грамотная речь, чёткая дикция, умение говорить убедительно. Зрители в комментариях под видео дают ведущему такие оценки: широко образованный, интеллектуальный, дипломатичный, вежливый, терпеливый, обладает чувством юмора, профессионал своего дела. Он способен контролировать ситуацию, переводить конфликт в шутку так, чтобы программа не потеряла своего смысла и её цель была достигнута.

Тип харизматической личности ведущего имеет название «антигерой», поскольку его образ приближен к образу зрителя. Это проявляется и во внешнем виде, и в стиле общения – ведущий разговаривает с аудиторией «на равных», как будто это просто дружеская беседа. Тип личности «антигерой» одобряется зрителями: некоторые пишут о том, что смотрят шоу не столько из-за гостей, сколько из-за ведущего.

В *социально-психологической модели коммуникатора* выделяются 3 типа отношений: коммуникатор-сообщение, коммуникатор-аудитория и аудитория-коммуникатор. В первом случае можно говорить о компетентности коммуникатора, т.к. он достаточно хорошо разбирается в теме своего сообщения – музыкальных новинках; заметно, что он готовится к программе, т.к. рассказывает, о чём та или иная песня, кто её исполняет. Ведущий понимает, что отношение к современной музыке у разных поколений отличается и транслирует информацию с учётом этих особенностей. По убедительности его комментариев заметна личная заинтересованность в том, о чём он говорит.

Во втором случае – точное знание целевой аудитории шоу, способность говорить с ней «на одном языке». Коммуникатор применяет современный сленг, а также использует популярные в сети шутки.

Охарактеризуем третий тип отношений. Ведущий шоу вызывает доверие и уважение зрителей. Он обладает хорошей репутацией, авторитетностью и значительным опытом в профессии. Обратная связь аудитории показывает, что коммуникатор отвечает её запросам: зрителям нравится непринуждённость общения и подачи информации, способность к установлению контакта, характер

человека, манера речи, юмор, внешний вид. Под видео сложно найти негативные комментарии о личности ведущего.

Приведём основные результаты анализа психологии **сообщения**.

Направленность текста (по Харашу). Текст сообщения является открытым (персонифицированным). Так как в шоу обсуждается музыка, мнения аудитории с большой вероятностью будут отличаться. Сообщение, содержащее оценку музыки, носит субъективный характер. В таком случае допускаются различные интерпретации этой информации зрителями.

Классификация медиатекста осуществлялась по нескольким основаниям: по критерию канала распространения – интернет-сообщение; по жанровой принадлежности: обзор, дискуссия, развлекательное шоу; по тематике – музыкальный; по каналам восприятия – аудиовизуальный; по используемым кодам: креолизованный (состоит как из вербальных: говорение, слушание, так и невербальных: мимика, жесты, позы, взгляды) частей.

По *типологии новостей* сообщение относится к лёгким новостям. Шоу носит развлекательный характер, в сообщениях не говорится об общественно значимых или кризисных событиях. Транслируемую информацию нельзя рассматривать в качестве безотлагательной.

Значимость события мы определили по следующим признакам:

1. Персонификация (наличие главного героя). Главными героями сообщения в шоу «Музыкалити» являются исполнители песен (после прослушивания каждой композиции ведущий рассказывает о её авторе);

2. Драматизм ситуации. Само сообщение коммуникатора (информация о музыкальных новинках) не является противоречивым. Но в ходе обсуждения музыкальных произведений возникает новое событие – конфликт интересов (представительницы разных поколений разошлись во взглядах на проблему);

3. Событие должно привлечь зрителя активным действием. Анализируемый выпуск заинтересовал аудиторию, потому что между гостями произошёл скандал. Называть данное событие именно скандалом, или конфликтом, позволяют активные действия гостей: оба всячески аргументируют своё мнение, каждый из оппонентов пытается убедить другого в неправоте – то есть, никто не хочет уступать. Выпуск привлёк внимание зрителей и потому, что участниками медиаскандала являются известные личности.

4. Новизна и отклонение от общепринятых норм. Произошедший конфликт не укладывается в рамки предсказуемых новостей: мало кто ожидал, что между участниками шоу возникнет спор. Данная ситуация отклоняется от общепринятых норм, поскольку ранее, в предыдущих выпусках у гостей не наблюдалось разногласий.

Там, где встречаются два разных поколения, есть риск возникновения конфликта. В анализируемом выпуске шоу «Музыкалити» между гостями произошёл спор о необходимости для артиста иметь профессиональное музыкальное образование. Из-за скандального эпизода данный видеоролик приобрёл широкую популярность. Шоу «Музыкалити» выходит с 2019 г.; в настоящее время на YouTube загружено 40 выпусков. В среднем, ролик набирает до 4 млн. просмотров. Анализируемая программа – с участием Ларисы Долиной и Karna.val – занимает второе место по просмотрам, сейчас их около 14 млн. Кроме того, этот выпуск побил рекорд по количеству комментариев (более 80 тыс. сообщений под видео).

Программа с провокационной ситуацией получила активную обратную связь: пользователи YouTube делились своим мнением: одни поддерживали известную артистку, другие – заступались за начинающую певицу. Обсуждение не ограничилось рамками видеохостинга: инцидент освещали интернет-СМИ («Комсомольская правда», «Аргументы и факты», «Газета.Ru», «РИА Новости» и др.), пользователи оставляли комментарии в социальных сетях. Это означает, что скандал действительно является эффективным способом привлечения зрительской аудитории.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод: конфликтные эпизоды способны существенно повлиять на увеличение просмотров видеоконтента. Вместе с этим, анализ видеоролика доказывает, что успешному продвижению медиапродукта способствует комплексность применяемых методов. Издатель программы использует такие приёмы, как объединение роликов в плейлисты (плейлист «Музыкалити»); конечные заставки (по завершении видео появляются ссылки на другие выпуски этого и других шоу издателя); слоган («Музыкалити: смотрите, что слушаете»); фирменные музыкальные заставки в начале и конце видео; единый стиль превью. Благодаря такой стратегии выпуск «Музыкалити» с Ларисой Долиной и Karna.val стал одним из самых просматриваемых за всю

историю шоу.

Библиографический список:

1. Вopilova A.A. Эффективные способы продвижения Ютуб-канала // Молодёжь третьего тысячелетия : сборник научных статей, Омск, 01–26 апреля 2019 года. – Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2019. – С. 1308-1312.

2. Малышев В.К. Оценка эффективности способов продвижения Youtube-канала "редакция" с помощью средств массовой коммуникации // Символ науки: международный научный журнал. – 2021. – № 4. – С. 179-183.

3. Соснин В.А. Феномен скандала как форма социального конфликта // Прикладная юридическая психология. – 2014. – № 4. – С. 153-163.

4. Ушанова И.А. Скандал как форма медиатизированной коммуникации // Вестник Новгородского государственного университета. – 2013. – № 73-1. – С. 129-132.

Научное издание

Коллектив авторов

ISSN 2500-1159