

Для подготовки кадров учителей музыки с целью улучшения музыкального воспитания в общеобразовательных школах в 1958 году при Аз. Гос. Пед. Институте (ныне Аз. Гос. Пед. Университет) был организован педагогический факультет, где по специальности дошкольного воспитания и учителей начальных классов преподавался предмет музыки, который включал знания по муз. грамоте, вокалу и по дирижированию. А в 1973–м году была создана кафедра “Музыкальные предметы и методика их преподавания”. На кафедре преподавались 17 музыкальных предметов, в том числе и дирижирование. Первым руководителем кафедры был доцент Н. С. Меликмамедов, а первым преподавателем по дирижированию была П. Бабаева.

Таким образом, к середине 70–х годов в республике проблема нехватки дирижерских кадров была полностью устранена.

С самых первых лет становления независимой Республики Азербайджан и по сей день руководство страны уделяет огромное внимание развитию музыкального искусства в целом, и в частности дирижерско–хорового, а также проблемам подготовки кадров. На протяжении многих лет в республике проводятся ежегодные хоровые конкурсы и фестивали, причем на различных уровнях: музыкальных школ, общеобразовательных школ, музыкальных и просветительских техникумов, вузов. Хормейстеры и дирижеры лучших коллективов награждаются премиями и дипломами. Таким образом, дирижерско–хоровое искусство пропагандируется на всех уровнях.

В период независимости в республике были открыты новые направления в области преподавания дирижирования: симфонических дирижеров в Аз. Гос. Музыкальной Академии, а также театральных дирижеров в Университете Искусств.

Таким образом, внимание и забота со стороны руководства республики способствуют дальнейшему расцвету дирижерско–хорового исполнительства страны, а также развитию дирижерских кадров, кадров учителей музыки и руководителей детских хоровых коллективов.

Список использованных источников

1. Гаджибеков У. Первый Азербайджанский народный хор // О музыкальном искусстве Азербайджана. – Баку, 1966.
2. Керимов С. Ниязи. – Баку, 1982.
3. Мамедова Л. Хоровая культура Азербайджана. – Баку, 2010.
4. Ниязи. За развитие хорового искусства в Азербайджане // Газета “Бакинский рабочий”. – 1954. – 10 декабря.
5. Аз. Гос. Консерватория им. Уз. Гаджибекова / под ред. С. И. Гаджибекова. – Баку, 1972.
6. Новрузов Э. Б. Дирижирование и эстетика. – Баку, 1989.

References

1. Gadzhibekov U. Pervyj Azerbajdzhanskij narodnyj hor // O muzykal'nom iskusstve Azerbajdzhana. – Baku, 1966.
2. Kerimov S. Nijazi. – Baku, 1982.
3. Mamedova L. Horovaja kul'tura Azerbajdzhana. – Baku, 2010.
4. Nijazi. Za razvitie horovogo iskusstva v Azerbajdzhane // Gazeta “Bakinskij rabochij”. – 1954. – 10 dekabrja.
5. Az. Gos. Konservatorija im. Uz. Gadzhibekova / pod red. S. I. Gadzhibekova. – Baku, 1972.
6. Novruzov Je. B. Dirizirovanie i jestetika. – Baku, 1989.

Aliyeva M. T., lecturer, Department of musical disciplines and teaching methods, the Azerbaijan State Pedagogical University (Azerbaijan, Baku), q.abbasova@mail.ru

Formation and development choir conductor performance and orchestral conducting training in Azerbaijan

The origins of musical culture of Azerbaijan dates back to antiquity. An example would be Ashug art or the art of mugham, which several millennia. However, professional musical art relatively young, he just over a hundred years. However, in this short period of Azerbaijani musical culture, having mastered all the basic classical forms and genres, has established its strong school, contributing to the world culture. As young and professional conductor's Doers Azerbaijan, as it is associated with the development of the composer's works, with the development of classical forms and genres, like the opera, symphony, oratorio, cantata, etc.

Keywords: Azerbaijan, conductor's performance, the choral art, chorus masters.

Alieva M. T., викладач кафедри музичних дисциплін та методики їх викладання, Азербайджанський державний педагогічний університет (Азербайджан, Баку), q.abbasova@mail.ru

Становлення і розвиток диригентсько–хорового виконавства та диригентських кадрів в Азербайджані

Витоки музичної культури Азербайджану сягають глибокої давнини. Прикладом може служити ашугське мистецтво або мистецтво мугама, яким кілька тисячоліть. Однак, професійне музичне мистецтво порівняно молодод, йому трохи більше ста років. Проте, за цей короткий термін азербайджанська музична культура, освоївши всі загальні класичні форми і жанри, створила свою сильну школу, внісши свій внесок у загальносвітову культуру. Так само молодод і професійне диригентське виконавство Азербайджану, оскільки воно пов'язане з розвитком композиторської творчості, з розвитком таких класичних форм і жанрів, як опера, симфонія, ораторія, кантата та ін.

Ключові слова: Азербайджан, диригентське виконавство, хорове мистецтво, хормейстери.

* * *

УДК 12

Скородумова О. Б.

доктор философских наук, доцент, профессор кафедры философии, религиоведения и теологии, Российский государственный социальный университет (Россия, Москва), obsel@mail.ru

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ СТРАТЕГИЙ “МЯГКОЙ СИЛЫ” В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Рассматриваются новые тенденции воздействия на общественное сознание в условиях информационных войн. Раскрывается содержание понятия “информационная война” и анализируются причины широкого распространения такой стратегии информационной войны как применение “мягкой силы”. Раскрываются особенности данной стратегии, показана значимость социокультурных факторов при ее применении. Дается анализ конкретных стратегий “мягкой силы” в контексте их социокультурной обусловленности.

Ключевые слова: информационная эпоха, информационные войны, стратегии “мягкой силы”, глобализация, геополитика, социальные сети, социокультурные факторы.

(статья друкється мовою оригіналу)

В информационную эпоху развитие средств коммуникации достигает такого уровня значимости для социума, что решение любой экономической, политической или социальной проблемы невозможно без их использования. В связи с этим, в рамках межгосударственных взаимоотношений на первый план выдвигаются новые стратегии решения, как геополитических проблем, так и вопросов отстаивания национального суверенитета. Жизнь социума в большинстве современных стран активно вовлечена в виртуальную среду Интернета. Социальные сети стали аналогами транснациональных корпораций, но только в сфере общения. Их мониторинг позволяет не только исследовать и прогнозировать изменения в обществе отдельных стран, но и стимулировать эти изменения в заданном направлении. Такие стратегии получили название “мягкая сила” и рассматриваются как наиболее перспективные в совре-

менную эпоху. В данной работе ставится задача исследования их социокультурной обусловленности, анализа особенностей их применения в условиях информационных войн.

Информационная война и ее значение в информационную эпоху

На ранних стадиях развития сети Интернет был порожден целый ряд утопических проектов единения человечества на принципиально новой основе абсолютно свободного социума. Наиболее ярким примером подобного рода подхода является так называемая “калифорнийская идеология”, провозглашенная такими представителями американской технической элиты как Р. Барбук, Э. Камерон, Дж. Барлоу и др.

Они утверждают, что с возникновением Глобальной сети Интернет формируется новая коммуникационная среда, позволяющая создать новый тип “постгуманистического общества” [7; 8]. Достаточно оптимистические прогнозы относительно возможностей Глобальной сети Интернет как средства гуманизации общества, развития демократии и свободы характерны и для Всемирного саммита по информационному обществу прошедшего в Женеве в декабре 2003 года. В основных документах, принятых на Всемирном саммите по информационному обществу [9] говорилось об открытости, доверии и равном доступе к информации и знанию, о необходимости поддержания культурного разнообразия и культурной самобытности, о создании безопасной благоприятной виртуальной среды и развитии этического потенциала средств массовой коммуникации, в частности Интернета.

В то же время с середины 90-х гг. начались интенсивные исследования влияния и использования Интернета для оказания психологического влияния и манипулирования сетевым мнением в заданных целях [12].

В научно-исследовательской литературе осознаются новые возможности глобальной сети для ведения информационных войн [4; 5; 16; 17]. Развитие глобальной сети Интернет в этот период оценивается с количественной точки зрения, во многом обусловленной авторитетом и влиянием Клода Шеннона, который абстрагировался от качественной оценки информации. К. Шеннон рассматривал только одну форму информации – сообщение, абстрагируясь от сведений, которые связаны со смыслом. Информация понимается им как количество сообщений, измеряемое в “битах” и определяемое как вероятности частотности символов. Отвлечение от качественных характеристик информации было обусловлено потребностями теории связи и установкой на рассмотрение информации как части физического мира наподобие энергии или вещества. Дальнейшие исследования феномена информации показали, что наиболее значимой является ее смысловое содержание. Встала проблема демаркации конструктивной информации, способствующей развитию, гуманизации общества от деструктивной, направленной на формирование агрессивных действий, стремления к удовлетворению низменных потребностей, извращенного вкуса и т.п. Характеризуя двойственную природу информации Н. Луман отмечал, что информация может, как помогать, так и рождать неуверенность [14]. В то же время было осознано, что широкое распространение деструктивной информации средствами новых информацион-

ных технологий может быть использовано для целенаправленного воздействия на противника при проведении информационной войны. Информационно-психологические войны велись всегда, достаточно вспомнить китайские приемы психологических атак путем коллективных самоубийств перед строем вражеских воинов, планомерное уничтожение символики традиционных богов во время реформы Эхнатона в Египте, проведение и трансляция по радио футбольных матчей в осажденном Ленинграде и т.п. Но только при возникновении Глобальной сети Интернет возникли принципиально новые возможности обработки общественного сознания в заданном направлении в кратчайшие сроки и в очень больших масштабах. Не случайно само понятие “информационная война”, введенное в научный оборот в 1976 году Томасом Рона хронологически совпадает с формированием Интернета как глобальной сети. В этот период еще доминируют количественные подходы, как к трактовке информации, так и к пониманию информационной войны. Информационные войны определяются количеством и эффективностью хакерских атак, числом созданных или обезвреженных вирусных программ, программных закладок, фальсификации информации в каналах связи и т.п.

И только к концу 90-х гг. XX века намечается отход от количественных оценок и осознание необходимости исследования, как самого понятия информации, так и понятия “информационная война” в ценностно-смысловом контексте. Информация определяется теперь с точки зрения единства сведений и сообщений, при ее оценке делается акцент на связь информации с управлением, воздействием на сознание человека в единстве синтаксических, семантических и прагматических характеристик. Так Г. Почепцов предлагает подходить к определению информационной войны “как коммуникативной технологии по воздействию на массовое сознание с кратковременными и долговременными целями” [16, с. 20]. Информационная война начинает рассматриваться не столько с технической точки зрения, сколько в контексте психологической обработки населения с целью дестабилизации общества и государства с использованием возможностей новых информационных технологий. Особое внимание уделяется созданию определенного имиджа той или иной страны. В качестве примера можно привести документальный фильм французского режиссера Жан-Марсиаль Лефрана “Киберпартизаны, хакеры, пираты и тайные войны”, выпущенный в 2008 году, рассказывающий о современном ведении информационных войн. Сама подача материала в этом фильме, несмотря на его документальный характер, построена таким образом, что американские военные выглядят доблестными рыцарями, борющиеся с темными силами компьютерных террористов всего мира, сами же американские хакеры творческие люди, занимающиеся взломом ради шутки, а вот китайцы и русские – корыстные и злобные злодеи, готовые на все ради денег. Таким образом, фильм, претендующий на научную объективность в освещении информационных войн, сам становится информационным оружием в руках его создателей.

Стратегии “мягкой силы” и их роль в современную эпоху

Анализ понятия “мягкой силы” наиболее подробно разработан в американской социально-философской и политологической традиции. В своих работах Джозеф Най [2; 3; 15] рассматривает “Soft Power” (“Мягкую силу”) как один из наиболее эффективных способов отстаивания своих интересов и нанесения ущерба противнику в современных условиях ведения информационных войн. В широком плане “мягкая сила” представляет собой форму осуществления политической власти, достижения желаемых политических результатов на основе создания собственного привлекательного имиджа и целенаправленного разрешения подобного имиджа у противника. Особенность данного подхода состоит в том, что победа над противником достигается либо силами самого противника, либо анонимным агентом киберпространства. Дж. Най обращает внимание на то, что события происходящие в виртуальном киберпространстве могут иметь реальные последствия в физическом мире. Так, например, в своей статье 2012 года “Кибервойна и мир” он приводит пример с киберчервем Stuxnet, поразившим компьютерные системы, обслуживающие ядерные программы Ирана. Специалисты антивирусной лаборатории Е. Касперского, исследовав червя Stuxnet [18], пришли к выводу, что наступает время широкомасштабных виртуальных войн и кибертерроризма. Не меньшее значение, чем использование вирусов, имеет и распространение собственного культурного влияния и разрушение национально культурной идентичности противника. В аналитическом отчете одного из независимых английских научно исследовательских институтов [1], посвященном анализу возможного использования “мягкой силы” и разработке Индекса “мягкой силы” для ведущих стран мира особое внимание уделяется таким факторам как культура, дипломатия, образование, бизнес-инновации. По данным 2011 года по использованию “мягкой силы” лидируют США В первую пятерку помимо США входят Великобритания, Франция, Германия, Австралия. Успех США во многом объясним широким распространением американской массовой культуры. Американская традиция привлекать в свои университеты крупных ученых со всего мира создает иллюзию, в соответствии с которой все нобелевские лауреаты – американцы. Интернет, являясь международной глобальной сетью, в своем развитии опирался на разработчиков и программистов со всего мира. Тем не менее, целенаправленно проводится идея, что он чисто американское изобретение и все, что с ним связано, например, социальные сети, тоже типично американское достижение.

Социокультурные детерминанты стратегий “мягкой силы” и проблема эффективности ее использования

Активная колониальная политика западноевропейских стран и противоречия, возникающие при взаимодействии с аборигенным населением на американском континенте в девятнадцатом веке, породили потребность в научных исследованиях культуры, быта и образа жизни местного населения. Возникает антропология как самостоятельная наука, опирающаяся на полевые исследования, целью которых была выработка рекомендаций по эффективному взаимодействию и ассимиляции колонизированных территорий. Во второй половине XX – начале XXI вв. возникает потребность в исследовании культурных традиций и менталитета с

целью решения геополитических проблем. Наиболее успешным примером использования “мягкой силы” является тактика и стратегия США при ведении информационной войны против СССР, подробно описанная в монографии А. Зиновьева “Русский эксперимент” [11]. Тщательная проработка (в США исследованием различных сторон жизни граждан СССР занимались более 170 научно-исследовательских институтов) уязвимых мест русского менталитета, склонного к раскаянию, а в отдельных случаях и к самобичеванию, позволили создать в условиях полного отсутствия цензуры, установки правительства на всевластие рынка, образ негативной идентичности. Наиболее рельефно он отражен в работах Л. Гудкова [10], у которого базовые черты криминальной субкультуры распространяются на все российское общество. Эти особенности действительно характерны для криминальной субкультуры, а именно: жесткая иерархическая система, безоговорочное подчинение лидеру, пренебрежение индивидуальностью, зависимость и чувство страха перед расправой, резко заниженный статус рядового члена, всеобщая ненависть и недоверие. Л. Гудков приписывает их всему российскому социуму. Говоря о российских гражданах, которых Л. Гудков на жаргоне соответствующей субкультуры называет “совками” и крайне пренебрежительно относится к ним. С его точки зрения базовыми чертами русского менталитета является внутренняя неприязнь и в то же время зависимость от враждебного “Другого”. В понятие “Другого” автор вкладывает предельно широкое содержание. Это и партнер, и сосед, учитель, сотрудник, любовник и т.д. При таком подходе любой человек воспринимается неполноценным, в большей или меньшей степени – негативным, враждебным и агрессивным. Традиционная культура с ее ценностями, особенности национального характера высмеиваются как неполноценные. “Вечная русская тоска и мечтательность, маниловская сентиментальность и присюсюкивание в отношении высокой, но мертвой “культуры”, превосходящей всё и вся “духовности” вкуче с пьяной слезой о погубленной или испорченной – другими! – жизни, с одной стороны, зависть и агрессия, с другой” [10, с. 282]. По его мнению, доминирующими факторами, формирующими социальное поле России, являются неприязнь и ненависть. “Склока” является базовой основой социальности на всех уровнях, начиная с семьи и кончая политикой. Все социальные статусы предельно занижены, что разрушает мотивацию достижения, мобильности, активности. Л. Гудков утверждает, что подобная система идентификации закреплялась государством через систему образования и воспитания, обычаи и традиции. Государство выполняет репрессивную функцию, играя роль общего “мы” по отношению к конкретному “обычному человеку”, неудачнику. Это ведет к ликвидации многообразия групп и дифференцированных систем. По мнению автора, система понижающей идентификации опирается на запросы городского люмпена, его моральных оценок и стандартов поведения. Третируются все виды творческой активности, допускается лишь организационно-рутинные или технологически-инструментальные действия. Возникает тип человека, существование которого становится атомизированным и изолированным одиночеством. Поведение такого человека основывается на демонстра-

тивном хамстве, употреблении ненормативной лексики, открытом неуважении к другим.

В то же время весь пласт самобытной восточно-славянской культуры, начиная с Киевской Руси и кончая современными достижениями остается незамеченным.

Подход Л. Гудкова является ярким примером применения стратегий “мягкой силы” в современных условиях против своей же страны. Распространение выводов, полученных относительно маргинальной субкультуры на российскую культуру в целом, возможность популяризации через средства массовой информации подобного рода идей свидетельствуют о существенных недоработках и отставании России в использовании стратегий “мягкой силы”. И, действительно, по официальным данным международного рейтинга Россия находится на 28 месте по использованию “мягкой силы”. Тем не менее, постепенно осознается необходимость создания положительно имиджа не только русской культуры и русского народа, но и всего славянского мира в целом.

В то же время на базовые ценности восточно-славянского мира и их потенциальную значимость для человечества в целом обращают внимание такие крупнейшие исследователи, как, например, Ж. Аттали.

Глобальный экономический кризис, охвативший наиболее развитые страны мира в 2008 г., привел к осознанию краха индивидуалистических западных ценностей и востребованности новых коллективистских ориентиров уже в масштабах всего мира. С точки зрения Ж. Аттали [6] глобальный экономический кризис привел также и к кризису социальному, идеологическому и политическому. Анализируя причины кризиса, Ж. Аттали отмечает, что их нельзя объяснить ни классовыми противоречиями, ни ссылками на объективный характер глобализации или с помощью субъективистского подхода о наличии “заговора Вашингтона”. Действительными причинами кризиса, по Аттали, является углубление социального неравенства, разрыв между богатством и бедностью и формирование особой группы людей – финансово-экспертной олигархии (в его терминологии “посвященных”), которая владеет данными аналитической информации и манипулирует ими в спекулятивных целях [6, с. 166]. Для так называемых “посвященных” характерны жизненные установки, где доминируют “апология личной свободы”, и в то же время традиционные ценности, связанные с понятиями совести, долга, верности отсутствуют. Опасность состоит в том, что данные ориентиры прививаются и внедряются в массы. Формируется установка, что все ненадежно, непрочно, обратимо, следовательно, нужно жить интересами одного дня. Правовое пространство становится фикцией. Возникает глубокое противоречие между рынком и демократией. Ж. Аттали считает, что в силу глобального характера современных экономических процессов, отдельному государству вряд ли удастся обуздать аппетиты финансовой олигархии. Необходимы независимые контрольные органы в мировом масштабе. Независимая контролирующая система общемирового масштаба, по мнению Ж. Аттали, могла бы обеспечить равный доступ граждан к информации, создать эффективную правовую систему и контролирующую ее исполнение структуры. При этом возникает по-

требность в новом мировоззрении, основанном на принципе доверия. Подобного рода задачи требуют и нового восприятия мира, основанного не на культе неолиберальной индивидуальной свободы, а на отражении общности интересов. Таким образом, становятся востребованными идея соборности, стремление к отзывчивости, прощению, характерные для христианского мировоззрения. Использование их в рамках “мягкой силы” могло бы принести значительный политический выигрыш странам с базовыми ценностями христианской культуры.

Список использованных источников

1. Jonathan McClory, The new persuaders II. A 2011 Global Ranking of Soft Power: <http://www.instituteforgovernment.org.uk/publications/new-persuaders-ii>.
2. Joseph S. Nye Jr. Get Smart: Combining Hard and Soft Power // Foreign Affairs. July/August 2009.
3. Joseph S. Nye, Jr. Public Diplomacy and Soft Power // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 2008.
4. Libicki M. What is Information Warfare? – Washington, 1995.
5. War in the Information Age: New Challenges for U.S. Security Policy. – Washington–London, 1997.
6. Аттали Ж. Мировой экономический кризис... А что дальше? – СПб. : Питер, 2009.
7. Барбрук Р. и Камерон Э. Калифорнийская идеология: <http://www.zhurnal.ru/4/>.
8. Барлоу Дж.П. Декларация независимости киберпространства // Компьютера. – 1997. – № 29.
9. Всемирный саммит ЮНЕСКО по информационному обществу: <http://www.ifap.ru/library/book193.pdf>
10. Гудков Л. Н. К проблеме негативной идентификации // Негативная идентичность. Статьи 1997–2002 годов. – М. : Новое литературное обозрение, “ВЦИОМ–А”, 2004.
11. Зиновьев А. А. Русский эксперимент. – М. : L’Age d’Homme – Наш дом, 1995.
12. Кара–Мурза С. Манипуляция сознанием. – М. : Алгоритм, 2000.
13. Лисичкин В., Шелепин Л. Третья мировая (информационно–психологическая) война. – М. : Эксмо, 2003.
14. Луман Н. Решения в информационном обществе: http://www.soc.pu.ru/materials/golovin/reader/luhmann/r_luhmann3.html
15. Най Дж. Гибкая сила. Как добиться успеха в мировой политике. – М. : Тренд, 2006.
16. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – Москва : Релфбук, Киев: Ваклер, 2000.
17. Расторгуев С. П. Философия информационной войны. – М. : Вузовская книга МПСИ, 2000.
18. Червь Stuxnet: начало гонки кибервооружений? <http://www.kaspersky.ru/news?id=20773327>

References

1. Jonathan McClory, The new persuaders II. A 2011 Global Ranking of Soft Power: <http://www.instituteforgovernment.org.uk/publications/new-persuaders-ii>.
2. Joseph S. Nye Jr. Get Smart: Combining Hard and Soft Power // Foreign Affairs. July/August 2009.
3. Joseph S. Nye, Jr. Public Diplomacy and Soft Power // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 2008.
4. Libicki M. What is Information Warfare? – Washington, 1995.
5. War in the Information Age: New Challenges for U.S. Security Policy. – Washington–London, 1997.
6. Attali Zh. Mirovoj jekonomicheskij krizis... A chto dal'she? – SPb. : Piter, 2009.
7. Barbruk R. i Kameron Je. Kalifornijskaja ideologija: <http://www.zhurnal.ru/4/>.
8. Barlou Dzh.P. Deklaracija nezavisimosti kiberprostranstva // Komp'jutera. – 1997. – № 29.
9. Vsemirnyj sammit JuNESKO po informacionnomu obshhestvu: <http://www.ifap.ru/library/book193.pdf>
10. Gudkov L. N. K probleme negativnoj identifikacii // Negativnaja identichnost'. Stat'i 1997–2002 godov. – M. : Novoe

literaturnoe obozrenie, "VCIOM-A", 2004.

11. Zinov'ev A.A. Russkij jeksperiment. – M.: L'Age d'Homme – Nash dom, 1995.

12. Kara–Murza S. Manipuljacija soznaniem. – M.: Algoritm, 2000.

13. Lisichkin V., Shelepin L. Tret'ja mirovaja (informacionno–psihologičeskaja) vojna. – M.: Jeksmo, 2003.

14. Luman N. Reshenija v informacionnom obshhestve: http://www.soc.pu.ru/materials/golovin/reader/luhmann/r_luhmann3.htm

15. Naj Dzh. Gibkaja sila. Kak dobit'sja uspeha v mirovoj politike. – M.: Trend, 2006.

16. Počepcov G. G. Informacionnye vojny. – Moskva: Relf–buk, Kiev: Vakler, 2000.

17. Rastorguev S. P. Filosofija informacionnoj vojny. – M.: Vuzovskaja kniga MPSI, 2000.

18. Cherv' Stuxnet: nachalo gonki kibervooruzhenij? <http://www.kaspersky.ru/news?id=207733327>

Skorodumova O. B., Ph.D., Associate Professor, Department of Philosophy, Theology and Religious Studies, Russian State Social University (Russia, Moscow), obsel@mail.ru

Sociocultural determinants of "the soft power's" strategies in the conditions of an information war

In the article new tendencies of impact on public consciousness in the conditions of information wars are considered. The content of the concept "informational war" is being revealed and the reasons of a wide circulation of such information war's strategies as application of "the soft power" are analyzed. In this work the features of this strategy are revealed, the importance of sociocultural factors is shown at its application. In the article analysis of concrete strategy of "the soft power" in a context of their sociocultural conditionality is given.

Keywords: information era, information wars, strategy of "the soft power", globalization, geopolitics, social networks, sociocultural factors.

Skorodumova O. B., доктор філософських наук, доцент, професор кафедри філософії, релігієзнавства і теології, Російський державний соціальний університет (Росія, Москва), obsel@mail.ru

Соціокультурні детермінанти стратегій "м'якої сили" в умовах інформаційної війни

Розглядаються нові тенденції впливу на суспільну свідомість в умовах інформаційних воєн. Розкривається зміст поняття "інформаційна війна" і аналізуються причини широкого розповсюдження такої стратегії інформаційної війни як застосування "м'якої сили". Розкриваються особливості даної стратегії, показана значимість соціокультурних факторів при її застосуванні. Дається аналіз конкретних стратегій "м'якої сили" у контексті їх соціокультурної обумовленості.

Ключові слова: інформаційна епоха, інформаційні війни, стратегії "м'якої сили", глобалізація, геополітика, соціальні мережі, соціокультурні фактори.

* * *

УДК 111.852:7.012

Сладкевич Н. В.

аспірант філософського факультету,
Київський національний університет ім. Тараса Шевченка
(Україна, Київ), nikita.sladkevich@gmail.com

ФІЛОСОФСЬКО–ЕСТЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДИЗАЙНУ ЯК ФОРМИ МАСОВОГО МИСТЕЦТВА

Здійснюється філософсько–естетичний аналіз дизайну як специфічної форми масового мистецтва. Ці два явища сучасного соціокультурного простору є подібними у виборі типів споживачів, на яких вони розраховані. Проаналізовано основні завдання, а також принципи і методи, якими керуються дизайнери в процесі втілення проекту. Дизайнер має забезпечувати високі естетичні показники промислової продукції відповідно до уявлень масового споживача про гарне, що досліджуються окремо. Це ставить перед дизайнером складне завдання з пошуку відповідності між своїми естетичними уявленнями як художника і естетичними поглядами масового споживача. Дизайнер повинен будувати рішення візуальної форми виробу спираючись на його призначення, матеріал й конструкцію, відмовляючись від зайвого декору. Основний наголос робиться на розгляді яскравих прикладів продукції сучасного масового мистецтва.

Ключові слова: дизайн, продукт, масове мистецтво, проект, споживач.

Дизайн, насамперед американський, лише з розгортанням кризи 1929 року набуває рис потужної комер-

ційної сили і крок за кроком отримує масовий характер, що в свою чергу викликає появу професійної індустрії дизайну. І власне цей феномен дизайну був запозичений Європою по закінченні Другої світової війни. Можна виокремити дві найголовніші ознаки дизайну в сучасному загальному уявленні – масовість і потужна комерційна сила, які вперше проявляються в США епохи "Великої депресії".

І ці факти сприяють виникненню нової дефініції дизайну. Дизайн вже не розглядається в своєму загальному значенні, це виключно комерційний дизайн, що виступає, насамперед, стратегією посилення попиту на різноманітну продукцію, засобом зацікавлення споживача. До того ж спеціальні способи реалізації таких завдань мають вже невелике значення, і дизайн залишається художньою діяльністю незначною мірою.

Якщо ми зупинимось на розгляді того, що створюється в процесі практики дизайну, досить важко говорити про істинність тільки тієї теорії, яка пов'язана з періодом кризи. Виникає важливе питання – чи дизайн має єдину природу, але має один з трьох варіантів історії, або ж можна говорити про принципово різні поняття дизайну? Спробуємо знайти відповідь на питання, яке має першорядне значення для даної теми.

Перші результати діяльності художників у процесі масового виробництва у сучасній промисловій сфері сформували певне стереотипне розуміння дизайну, яке отримало визнання у професійних колах і у навчальних закладах, де навчають майбутніх дизайнерів. Такий стереотип упродовж декількох десятиліть пропагується серед представників промислових виробництв і наукової спільноти через праці практиків і теоретиків, які здійснюють спробу посилити інтерес до дизайну та інформують стосовно роботи дизайнерів.

Треба з'ясувати яким чином побудований даний стереотип. Перш за все, професійний дизайнер має вирішити велику кількість спеціальних завдань і в той самий час виступати в ролі координатора діяльності інших фахівців під час розробки промислового виробу. Як правило, дизайнер починає роботу над проектом нового виробу або альтернативного варіанту виробу, який вже існує з того моменту, коли його залучають до планування майбутньої продукції.

Дизайнер має ставити за мету створення продукту споживання, масового або спеціального, що найточніше відповідатиме потребам споживача. Для досягнення своєї мети дизайнер повинен орієнтуватись на максимальну безпеку експлуатації виробу, зручність використання й загальне посилення комфортності, розширення асортименту продукції для задоволення особливих відмінностей у використанні.

Професійний дизайнер має одночасно дотримуватись високих естетичних якостей продуктів виробництва і адаптувати її до сучасних уявлень масового споживача про гарне. Відомий критик дизайну з професійної точки зору (також існує гуманітарна критика) Томас Мальдонадо говорить стосовно даної теми: "Наше суспільство не задовольняється тим, що робить з кожного твору мистецтва товар, воно потребує більшого. Воно прагне, щоб кожний товар був твором мистецтва" [1].

Така точка зору ставить перед професійним дизайнером складну проблему – відшукати відповідність між