

**Власть истории –  
История власти**

**Том 5. Часть 4. (№18)**

---

---

**The Power Of History  
The History Of Power**

**Volume 5. Issue 4. (№18)**

Свидетельство о регистрации средств массовой информации

ПИ № ФС77-61481

от 24 апреля 2015 г.

Эл № ФС77-61482

от 24 апреля 2015 г.

При отборе материалов для публикации главным критерием является их высокий научный уровень. При этом редакция исходит из принципиальной допустимости плюрализма научно аргументированных точек зрения, которые могут расходиться с позицией издателей.

Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, собственных имен, географических названий.

При перепечатке ссылка на журнал «Власть истории – история власти» обязательна.

**Рукописи рецензируются.**

**Отдельно выражаем благодарность выдающимся ученым  
и общественным деятелям, внесшим финансовый вклад  
в поддержку проекта.**

ISSN 2415-7015

4 номеров в год

E-mail: [etnosocium@mail.ru](mailto:etnosocium@mail.ru)

Сайт: <http://etnosocium.ru/vi>

Язык: русский, английский.

**Зам. гл. ред.** С.В. Рыбаков

**Корректор** Е.А. Белоусова

Бумага офсетная № 1. Гарнитура Minion Pro

Формат 60x90/16. Тираж экз. 500

Усл. п. л. 6,625

Оригинал-макет подготовлен Международным издательским центром «Этносоциум»

Отпечатано в типографии Международного издательского центра «Этносоциум»,

105066, Москва, Спартаковская ул., д. 19, стр. 3.

Москва 2019

Certificate of registration of mass media

ПИ № ФС77-61481  
Founded in April 24, 2015

ЭЛ № ФС77-61482  
Founded in April 24, 2015

The journal is ready to cooperate with authors from Russia and far abroad, and to consider submissions (works) both from young scientists who are only beginning their way in science, and specialists, whose names are already famous in the scientific society.

“The Power Of History” aspires to spread scientific knowledge and leads an honest and open policy towards all the authors. Thus, the editorial board of the journal provides free access to all publications, unless the contract with the author presupposes other conditions.

The editorial board of the journal has a right to refuse the publication of the article in case of violation of the rules stated below.

**All the submitted materials are reviewed.**

**We express our gratitude  
of the outstanding scientists and public figures, who made  
a financial contribution to the project.**

ISSN 2415-7015

4 issues per year

**E-mail:** [etnosocium@mail.ru](mailto:etnosocium@mail.ru)

**Website:** <http://etnosocium.ru/english/The-Power-Of-History-vi-iv>

**Languages:** Russian, English

**Deputy Chief Editor:** Rybakov S.V.

**Corrector:** Belousova E.A.

Paper: offset

Types: Minion Pro

Format: 60x90

Copies: 500

The original layout was prepared by the International Publishing Center «Ethnosocium»

Printed in the printing house of the International Publishing Center «Ethnosocium»

105066, Moscow, Spartakovskaya st., 19, building 3.

## **РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ**

**Зам. Главного Редактора, руководитель проекта:**  
**Рыбаков С.В.**, доктор исторических наук, профессор кафедры истории России Уральского федерального университета.

**Михайлов В.А.**, доктор исторических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, заведующий кафедрой политического анализа и управления Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

**Терновая Л.О.**, доктор исторических наук, профессор МАДИ (Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет).

**Ивакин Г.А.**, доктор исторических наук, профессор, эксперт.

**Добров П.В.**, доктор исторических наук, профессор, академик и член президиума Украинской академии исторических наук, декан исторического факультета Донецкого национального университета, Заслуженный работник образования Украины.

**Наумова Г.Р.**, доктор исторических наук, профессор, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (МГУ).

**Никонов А.В.**, доктор исторических наук, профессор, Государственный советник РФ 1 класса, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова.

**Нечипоренко В.С.**, доктор исторических наук, профессор Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

**Пономаренко Б.Т.**, доктор исторических наук, Заслуженный работник высшей школы РФ, профессор Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

**Летуновский П.В.**, кандидат исторических наук, доктор политических наук, заведующий кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин Военной академии войсковой ПВО Вооруженных Сил РФ имени маршала Советского Союза А.М. Василевского.

**Варсонофьев В.В.**, кандидат политических наук, военный эксперт.

**Чапкин С.В.**, почетный академик, президент «Академии экологии и права».

**Кондратьев В.В.**, доктор педагогических наук, профессор, начальник Центра переподготовки и повышения квалификации вузов ИДПО ФГБОУ «КНИТУ» (Казанский Национальный Исследовательский Технологический Университет).

**Власов В.И.**, доктор юридических наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Государственный советник Российской Федерации 3 класса.

**Болтенкова Л.Ф.**, доктор юридических наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

**Игнатов И.С.**, кандидат политических наук, старший советник юстиции.

**Гайдук В.В.**, доктор политических наук, кандидат юридических наук, профессор.

**Вражнова М.Н.**, доктор педагогических наук, профессор, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ).

**Тихонов А.К.**, доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой истории, археологии и краеведения Гуманитарного института Владимирского государственного университета имени братьев А.Г. и Н.Г. Столетовых, председатель Союза краеведов Владимирской области.

**Конюченко А.И.**, доктор исторических наук, профессор кафедры истории России и зарубежных стран Челябинского государственного университета.

**Курбонзода Хонали**, доктор исторических наук, Ректор Республиканского института повышения квалификации и переподготовки работников сферы образования, Республика Таджикистан, г. Душанбе.

**Платонова Н.М.**, доктор исторических наук. Доцент кафедры «Теория и история государства и права» Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Дальневосточный государственный университет путей сообщения» (г. Хабаровск).

## **EDITORIAL BOARD**

### ***Deputy. Chief Editor and Project Manager:***

***Rybakov S.V.***, Doctor of historical sciences, professor of the history of Russian Ural Federal University.

***Mikhailov V.A.***, Doctor of Historical Sciences, Professor, Honored worker of science of Russia, Head of the Department of political analysis and management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration.

***Ternovaya L.O.***, Doctor of Historical Sciences, Professor MADI (The Moscow Automobile and Road Construction University).

***Ivakin G.A.***, Doctor of Historical Sciences, Associate Professor, Expert.

***Dobrov P.V.***, Doctor of Historical Sciences, Professor, Academician, member of the Presidium of the Ukrainian Academy of Historical Sciences, Dean of the Historical Faculty of Donetsk National University, Honored worker of education of Ukraine.

***Naumova G.R.***, Doctor of Historical Sciences, Professor of Lomonosov Moscow State University.

***Nikonov A.V.***, Doctor of Historical Sciences, Professor, State Councillor of the 1st class, the Lomonosov Moscow State University.

***Nechiporenko V.S.***, Doctor of Historical Sciences, Professor of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration.

***Ponomarenko B.T.***, Honoured worker of higher education, Professor of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration.

***Letunovsky P.V.***, Doctor of Political Sciences, Candidate of Historical Sciences, head of the department of Humanities, Social and Economic Disciplines of the Russian Fed-

eration Armed Forces Army Air Defense Military Academy named after the Marshal of the Soviet Union A.M. Vassilevsky.

**Varsonofiev V.V.**, Candidate of Political Science, Military expert.

**Chapkin S.V.**, Honorary Academician, President of the “Academy of Ecology and Law”.

**Kondratyev V.V.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Center for retraining and advanced training of universities IDPO FGBOU “KNITU” (Kazan National Research Technological University).

**Vlasov V.I.**, Doctor of Legal Sciences, Professor of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, State Advisor of the 3rd class.

**Boltenkova L.F.**, Doctor of Legal Sciences, Professor.

**Ignatov I.S.**, Candidate of Political Sciences, senior advisor of justice.

**Gaiduk V.V.**, Doctor of Political Sciences, Candidate of Legal Sciences, Professor.

**Vrajnova M.N.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Moscow Automobile and Road Construction University (MADI).

**Tihonov A.K.**, Doctor of Historical Sciences, Professor, Head of the Department of History, Archeology and Local History of the Humanitarian Institute of the Vladimir State University, chairman of the Union of Local History of the Vladimir region.

**Konuchenko A.I.**, Doctor of Historical Sciences, Professor of the Department of History of Russia and foreign countries of Chelyabinsk State University.

**Honali Kurbonzoda**, Doctor of Historical Sciences, Rector of the «National Institute of professional development and training of educators».

**Platonova N.M.**, Doctor of Historical Sciences. Associate Professor of the Department “Theory and History of State and Law” of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Far Eastern State University of Communications” (Khabarovsk).

# Содержание

## ВСЕМИРНАЯ ИСТОРИЯ

- От редакции. *Рябова Е.Л., Терновая Л.О.*  
«Большие обещания уменьшают доверие»: мысли о роли доверия в истории.....318

## ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ

- Абазалиева М.М., Урчукова С.Р.* Политико-правовое обеспечение информационной политики Российского государства в сфере оказания государственных услуг населению.....328
- Дармилова Э.Н., Сидаков А.М.* Роль государственной информационной политики в формировании и развитии государственных услуг в России....340
- Бадахова И.Т., Джазаева И.А.-А., Кубанова М.Н.* История взаимоотношений органов государственной власти и общества по оказанию электронных государственных услуг.....349
- Авдеев Б.А., Рябова Е.И.* Территории роста: рынок региональных экономических форумов России.....358

## ЭТНОГРАФИЯ, ЭТНОЛОГИЯ И АНТРОПОЛОГИЯ

- Миронова Т.А.* Типология российского студенчества как отражение каналов его политической коммуникации: сто лет назад и сейчас.....368
- Терновая Л.О.* История «конфетной» агитации: от повседневности до геополитики.....381
- Вознесенский И.С.* Индикаторы и двигатели корпоративной культуры: о роли кофе в организации труда.....395
- Аннотации*.....407
- Авторы*.....412

# Content

## THE WORLD HISTORY

Editorial. <i>Ryabova E.L., Ternovaya L.O.</i> “Big promises reduce trust”: thoughts about the role of trust in history.....	218
--	-----

## NATIONAL HISTORY

<i>Abazalieva M.M., Urchukova S.R.</i> Political and legal support of the information policy of the Russian state in the provision of public services to the population.....	328
<i>Darmilova E.N., Sidakov A.M.</i> The role of public information policy in formation and development of the sphere of public services in Russia.....	340
<i>Badakhova I.T., Dzhazaeva I.A.-A., Kubanova M.N.</i> The history of relations between public authorities and society for the provision of electronic public services.....	349
<i>Avdeev B.A., Ryabova E.I.</i> Territories of growth: the market of regional economic forums in Russia.....	358

## ETHNOGRAPHY, ETHNOLOGY AND ANTHROPOLOGY

<i>Mironova T.A.</i> Typology of Russian students as a reflection of the channels of its political communication: a hundred years ago and now.....	368
<i>Ternovaya L.O.</i> The history of “candy” campaign: from everyday life to geopolitics.....	381
<i>Voznesenkiy I.S.</i> Indicators and engines of corporate culture: the role of coffee in the organization of labor.....	395
<i>Abstracts</i> .....	410
<i>Authors</i> .....	413

# Всемирная история

## *The World History*

---

### **Рябова Е.Л.**

*Доктор политических наук, главный редактор журнала «Этносоциум и межнациональная культура».*

### **Терновая Л.О.**

*Доктор исторических наук, профессор, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет.*

**От редакции.**

### **«Большие обещания уменьшают доверие»: мысли о роли доверия в истории\***

В заголовок вынесена фраза древнеримского поэта «золотого века» римской литературы Горация, чье творчество приходится на время перехода через границу тысячелетий, разделяющих эру до рождения Христа и после. На этот период пришлись гражданские войны, знаменующие конец республики и первые десятилетия империи. В такие тяжелые времена всегда встает вопрос о том, кто рядом и можно ли ему доверять. Обостряются все характеристики, присущие доверию.

Первая из них отражает понимание доверия как готовности находиться в зависимости от других людей в определенной ситуации, часто связанной с любым видом конфликта, внутривнутриполитического, экономического, международного и т.д.

Вторая характеристика передает исключительно широкую гамму отношений к личностям или объектам, которые способны обеспечить безопасность человека в сложных обстоятельствах.

Третья характеристика доверия касается выражения надежды на то, что эти люди и эти объекты, которые представляются человеку надежными, на самом деле способны гарантировать ему безопасность.

Эти характеристики, с одной стороны, позволяют рассматривать доверие как вид взаимодействия людей на протяжении всей человеческой

---

\* © Рябова Е.Л., Терновая Л.О., 2019.

истории, сохраняющий некие константные качества. С другой стороны, доверие само выступает как исторический процесс, поскольку каждая из вышеперечисленных его характеристик отражает движение человека и социума от прошлого через настоящее к будущему.

В наше время, когда совпало сразу несколько масштабных, глобальных кризисов, потребовались более жесткие и быстрые решения от тех, кто исторически наделялся доверием со стороны населения. Неготовность большинства таких лиц и институтов к выработке и принятию мер по снижению напряженности в экономике, социальной сфере, внутренней и международной политике привела к разрастанию кризиса доверия. По сути, при переходе через грань второго и третьего тысячелетий повторилась картина, описываемая Горацием: «Большие обещания уменьшают доверие». Не случайно одной из наиболее знаковых книг этого периода стала работа авторитетного американского политолога Френсиса Фукуямы «Доверие, социальные добродетели и путь к процветанию»<sup>1</sup>.

Доверие в мире и как в глобальном социуме, и как в системе международных отношений исключительно сложно установить. А удержать его еще сложнее, потому что оно постоянно испытывается на прочность. Критериями глобального доверия выступают многочисленные оценки того, насколько эффективны участники международных отношений не на внешнем поле, а в своей внутренней деятельности.

Следует прислушаться к высказанному еще десять лет назад мнению американского и российского политолога, историка, публициста, президента Центра глобальных интересов (англ. *Center on Global Interests*) в Вашингтоне Николая Злобина, что «внешняя политика продолжает оставаться продолжением внутренней политики. Внешняя политика должна получать поддержку внутри страны, что часто является ее серьезным ограничением, особенно в демократических странах. Но и воздействие на внутриполитические процессы, особенно в недемократических странах, способно быстрее привести к изменению внешней линии. Сегодня нет и уже никогда не будет ни одного полностью суверенного государства. Глобализация, технологии и экономический кризис сделали национальные границы прозрачными. Умная внутренняя политика обеспечит внешний успех — и наоборот»<sup>2</sup>.

Для того чтобы внутренняя политика могла обеспечить успех внешней политики, государству необходимо бороться с коррупцией не просто, как опасным явлением, а как с фактором, препятствующим экономическому росту. Государству требуется заботиться о создании благоприятной кон-

1 Фукуяма Ф. Доверие, социальные добродетели и путь к процветанию / Пер. с англ. Д. Павловой, В. Кирющенко, М. Колопотина. М.: АСТ: Ермак, 2004.

2 Злобин Н. Внешняя политика: Поединок эгоистов // Ведомости. 2009. 25 мая.

курентной среды. Государство должно следить за тем, чтобы иметь положительный международный имидж. Все перечисленное следует отнести к характеристикам эффективного государства.

Такая модель государства всегда и везде была необходима, любому народу. Однако ускорение роста взаимозависимости развития отдельных государств и экономик стало основанием для нового управленческого вызова, состоящего в том, чтобы добиться согласованных действий в регулировании: рисков ядерной катастрофы; войн и социальных потрясений; защите прав производителей; нелегальной миграции; притока иностранного частного капитала в другие страны и пр.

Оказалось, что перераспределения доверия в пользу негосударственных акторов не произошло. Государства по-прежнему остаются социальными институтами, на который возлагается наибольший груз ответственности за судьбу общества. Но государства, какими бы сильными и даже эффективными они ни были, не в состоянии решить комплекс перечисленных проблем. Конкурентами за доверие людей выступают различные негосударственные игроки, включая предприятия бизнеса, информационные корпорации, кланы, религиозные организации и даже преступные сети. И их активность будет возрастать по мере того, как эти группы влияют на решения все большего круга проблем в социальной, экономической и политической сферах.

Экспертами прогнозируется рост многообразия акторов, которые могут усилить международную систему, заполнив пробелы, появившиеся в связи с моральным старением международных учреждений, возникших после Второй мировой войны, утратой ими со стороны доверия международного сообщества. Хотя и в послевоенное время появлялись структуры в деятельности которых прямо отмечалась необходимость формирования атмосферы доверия между государствами и людьми. Примером продвижения доверия в военной области может служить процесс развития положений, зафиксированных 1 августа 1975 г. в Хельсинки в Заключительном акте Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе. В октябре 1992 г. президентом Казахстана Нурсултаном Назарбаевым на 47-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН была представлена идея созыва Совещание по взаимодействию и мерам доверия в Азии (СВМДА). Первый его саммит был проведен в 2002 г. В то же время разнообразие типов и видов международных и национальных акторов увеличивает вероятность фрагментации глобального социального пространства, а с этим углубления недоверия к большинству других его субъектов, независимо от того, представляют ли оно суверенные государства или их объединения.

Ученые разделяют общества на холодные и теплые. У первых имеются установленные правила в политике, а люди не нуждаются в налажива-

нии личных отношений для разрешения стандартных ситуаций. В теплых обществах такие правила отсутствуют, потому люди вынуждены постоянно обращаться как собственным представлением о справедливости, совести, доверии. Однако получается, так, что из-за недостатка регуляторных механизмов (права, обычая и пр.) там социальных проблем оказывается больше, чем в обществах холодных. Но это закон человеческой природы, который проявляется в стремлении при наличии жесткой политики властных институтов сделать социальный климат более теплым, расширив зону доверия к негосударственным образованиям. Такая социальная закономерность проявляется и в надгосударственных отношениях, например, как протест против действий бюрократов Европейского союза.

«Токсичный климат евроскептицизма», которым пронизаны такие страны, как Великобритания, Франция, Германия, Испания и Греция, стал результатом того, что политики пытались переложить друг на друга вину за экономический кризис. Согласно данным исследования общественного мнения, проведенного по заказу Европейского совета еще в 2013 г., уровень доверия с момента начала кризиса в Европе упал с показателей «+10 %» до «-22 %» во Франции, с «+20 %» до «-29 %» в Германии, с «+30 %» до «-22 %» в Италии, с «+42 %» до «-52 %» в Испании, с «+50 %» до «+6 %» в Польше и с «-13 %» до «-49 %» в Великобритании<sup>3</sup>. Ответственность за сложившуюся ситуацию возлагают на политиков, которые приписывают успехи своим государствам, а ответственность за провалы перекладывают на «бюрократию ЕС». Кризис внутри ЕС длится уже нескольких лет.

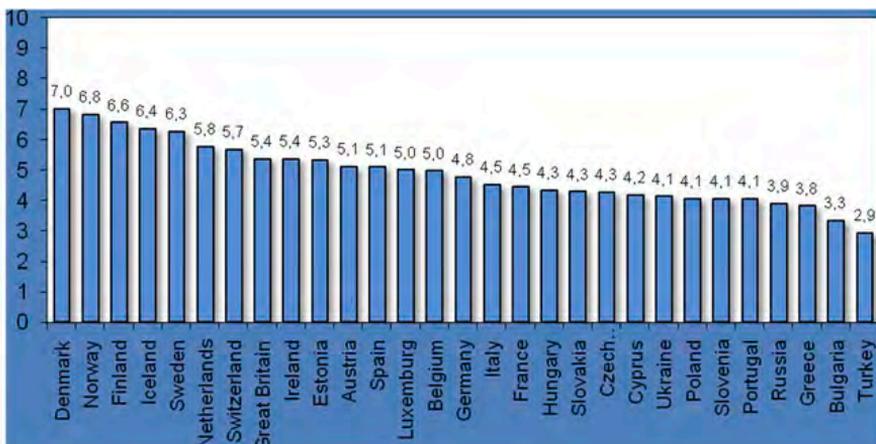
Одним из оснований развития института доверия является область права. Интеграционное объединение формата Евросоюза — пример сложного формирования, которое способно существовать и реализовывать свой огромный политический и экономический потенциал потому, что входящие в его состав демократии могут соответствовать условиям, необходимым для устойчивого взаимного доверия.

В науке отсутствуют устоявшиеся теории или общепринятые модели, которые строго характеризуют понятие «социальное доверие». В своей работе, представленной на Третьей ежегодной международной конференции «Культурные и экономические изменения в сравнительной перспективе» (2013), организованной Лабораторией сравнительных социальных исследований НИУ ВШЭ, сотрудник Высшей школы социальных наук Берлинского университета им. Гумбольдта Нильс Михальски определил этот термин как общее доверие к неизвестным людям. Михальски предложил две концепции, в рамках которых можно рассматривать социальное доверие.

*Первая* – рациональная концепция, согласно которой логика людей по-

3 Глава Европарламента: у ЕС проблемы с имиджем и доверием // URL: <https://ria.ru/20141129/1035783241.html?in=t>.

следовательна, их доверие основывается на расчетливо-выгодном определении надежности других людей на основе собственного опыта, который постоянно корректируется.



Вертикальная шкала – степень доверия, 10 – большинству людей можно доверять.

**Рис. 1.** Степень социального доверия в разных странах. Данные Европейского Социального Исследования, 2006 г.<sup>4</sup>

В своей работе Михальски исследовал социальное доверие как зависимую переменную многоуровневого группового факторного анализа. Для установки инвариантности измерений респондентам предлагались различные формулировки вопросов, связанные с определением социального доверия, в частности:

Можно ли доверять большинству людей или нужно быть осторожным в общении с ними?

Считаете ли вы, что большинство людей будут пытаться использовать вас, если у них будет такая возможность, или они останутся честными?

Можете ли вы сказать, что большую часть времени люди стараются быть полезными для других, или они, в основном, заботятся только о себе?

Михальски выяснил, что социальное доверие существенно зависит от образования, дохода, благополучия, религиозной принадлежности, социальных связей. Он также нашел, что радиус доверия, т.е. круг людей, которым респонденты доверяют, существенно варьируется по странам (рисунок 1).

4 Источник: полный текст презентации «Связь между социальным доверием и человеческими ценностями в Европе» // URL: <https://iq.hse.ru/news/177668617.html>.

*Вторая концепция* – нормативно обоснованная, подразумевает, что на доверие влияют моральные нормы, ценности и отношения, которые зависят от культуры. Люди в этом случае имеют оптимистический взгляд на природу человека, который усвоен в ранней юности через социализацию и мораль. Эта концепция описывает состояние, когда, помимо рациональных расчетов надежности, люди не только привычно доверяют другим, но и ведут себя открыто к людям в целом и приобретают, таким образом, в ответ их честность и доброжелательность. Для этой концепции автор использует термин «моралистическое доверие» – предписание обращаться с людьми так, как если бы они были надежны.

Оказалось, что наибольшей степенью доверия обладают жители Скандинавских стран Северной Европы, наименьшей – жители стран Восточной и Южной Европы. Чтобы узнать, будет ли доверие нормативно обоснованно, необходимо не только получить понятие о надежности окружающих людей, но и определить какие нормы или ценности коррелируют с доверием на индивидуальном уровне. Михальски, основываясь на данных Европейского социального исследования, проведенного в 34 европейских странах, выявил взаимосвязь между социальным доверием и шкалой человеческих ценностей Шаломы Шварца. Кросс-культурное ценностное пространство, по теории Шварца, определяется двумя осями (открытость переменам — консерватизм, альтруизм — эгоизм) и имеет круговую структуру (рисунок 2). В пространстве этих осей располагаются десять базовых ценностных ориентаций:

- самостоятельность – творчество, свобода;
- стимуляция – разнообразие, новизна, увлекательная жизнь;
- гедонизм – наслаждение, чувственное удовлетворение, удовольствие;
- достижение – личный успех, амбиции;
- власть – социальный статус и престиж, богатство;
- безопасность – стабильность общества и взаимоотношений, социальный порядок;
- традиция – уважение, приверженность обычаям и идеям традиционной культуры и религии;
- послушание – ограничение действий, приносящих вред, подчинение нормам;
- доброжелательность – готовность оказывать помощь;
- универсализм – понимание, уважение, терпимость, защита благосостояния всех людей и природы, социальная справедливость, равенство.

Это пространство, по мнению Шварца, универсально, и в его рамках можно сравнивать любые культуры, так как базовые ценности представителей разных культур сходны между собой.



Рис. 2. Круг общечеловеческих ценностей по Шалому Шварцу.

В ходе исследования Михальски выяснил, что предпочтение среди респондентов ценности универсализма (социальной справедливости и равенства) коррелирует с социальным доверием на индивидуальном уровне, в этих случаях доверие — моралистическое. Оно наиболее сильно в северных странах и гораздо слабее в восточных и южных европейских странах (особенно в Португалии, на Кипре и в Чехии). У тех респондентов, для которых в приоритете находятся ценности взаимопомощи и доброжелательности, оказался малый радиус доверия, то есть круг лиц, которым они доверяют. Так как связь социального доверия и взаимопомощи является умеренной для большинства стран, а в некоторых вообще отсутствует, ее можно рассматривать как показатель высокой внутригрупповой ориентации. Это является одной из причин закрепления социального неравенства.

Исследование показало, что на уровень социального доверия никак не влияет предпочтение таких ценностей как увлекательная жизнь, творчество, свобода, а также власть, богатство и успех. Наименее доверчивыми оказались люди, которые отдают свои предпочтения ценности безопасности, социального порядка. Доверие в этих случаях понимается как рациональное. Это проявляется сильнее всего в Центральной Евро-

пе, в то время как в северных странах, в частности, в Финляндии – значительно слабее.

Историческая судьба народов, религиозная принадлежность, уровень образования, благосостояния, культуры формируют отличия в поведении людей и, как одно из следствий, различается степень их социального доверия. У представителей разных стран Европы уровень доверия к неизвестным людям существенно различается. Жители северных Скандинавских стран более других европейцев склонны видеть в незнакомце благожелательного, честного человека, в то время как у жителей Южной и Восточной Европы уровень и круг доверия меньше. Кроме того, больше доверия к незнакомым людям оказывают те, для кого важны ценности социальной справедливости и равенства, а наиболее подозрительны люди, надеющиеся на социальный порядок и безопасность<sup>5</sup>.

Сейчас ученые обнаружили специфику формирования доверия в новых информационных условиях при активизации институтов новых формаций — глобальных сетевых структур<sup>6</sup>.

В магическом мире Гарри Поттера одно из самых действенных заклинаний сокрытия дома называется «Фиделиус» или «Заклинание Доверия» (англ. *Fidélus Charm*). Принцип действия этого заклинания основан на доверии тайны одному человеку — Хранителю. Волшебник, накладывает заклинание на свое жилище, он выбирает особу, достойную полного доверия, и дает лишь ей одной возможность сообщить третьим лицам о наличии и местонахождении жилища. Для тех, кому Хранитель не сообщил эту информацию, дом остается невидимым и его нельзя обнаружить. Это же заклинание действует как «Чары Ненаносимости». Такой дом невозможно нанести на карту. Но в реальном глобальном мире жизнь диктует другие правила.

Ни суверенные государства нельзя не отметить на карте. Они могут попытаться сами сделать себя незаметными для других, но это означает автаркию. А жизнь в изоляции ничего хорошего не сулит. Доверие и в мировой политике, и в политике внутренней не подтверждается заклинаниями. Его надо заработать, а невозможно, получив в кредит, с кредитором, то есть с обществом, не расплатиться. В этом номере журнала «Власть истории. История власти» авторы показывают, насколько многообразной может быть палитра завоевания доверия и то, как сильны краски, перекрашивающие его в недоверие, прежде всего, недоверие власти.

---

5 Жители благополучных стран чаще доверяют незнакомцам // URL:<http://www.opec.ru/1617411.html>.

6 Koniordos S. (ed.) *Networks, trust, and social capital: theoretical and empirical investigations from Europe*. Aldershot: Ashgate Publishing, Ltd., 2005.

**Библиографический список:**

- [1] Глава Европарламента: у ЕС проблемы с имиджем и доверием // URL: <https://ria.ru/20141129/1035783241.html?in=t>.
- [2] Жители благополучных стран чаще доверяют незнакомцам // URL: <http://www.opec.ru/1617411.html>.
- [3] Злобин Н. Внешняя политика: Поединок эгоистов // Ведомости. 2009. 25 мая.
- [4] Связь между социальным доверием и человеческими ценностями в Европе // URL: <https://iq.hse.ru/news/177668617.html>.
- [5] Фукуяма Ф. Доверие, социальные добродетели и путь к процветанию / Пер. с англ. Д. Павловой, В. Кирющенко, М. Колопотина. М.: АСТ: Ермак, 2004. 730 с.
- [6] Koniordos S. (ed.) Networks, trust, and social capital: theoretical and empirical investigations from Europe. Aldershot: Ashgate Publishing, Ltd., 2005. 312 p.

**References**

- [1] Head of the European Parliament: the EU has problems with image and trust // URL: <https://ria.ru/20141129/1035783241.html?in=t>.
- [2] Residents of prosperous countries often trust strangers // URL: <http://www.opec.ru/1617411.html>.
- [3] Zlobin N. Foreign Policy: The Duel of Egoists // Vedomosti. 2009.25 May.
- [4] The relationship between social trust and human values in Europe // URL: <https://iq.hse.ru/news/177668617.html>.
- [5] Fukuyama F. Trust, social virtues and the path to prosperity / Per. from English D. Pavlova, V. Kiryushchenko, M. Kolopotina. M.: AST: Ermak, 2004. 730 p.
- [6] Koniordos S. (ed.) Networks, trust, and social capital: theoretical and empirical investigations from Europe. Aldershot: Ashgate Publishing, Ltd., 2005. 312 p.

**Рябова Е.Л.**

*Доктор политических наук, главный редактор журнала  
«Этносоциум и межнациональная культура».*

**Терновая Л.О.**

*Доктор исторических наук, профессор,  
МАДИ (Московский автомобильно-дорожный  
государственный технический университет).*

**«Большие обещания уменьшают доверие»:  
мысли о роли доверия в истории. От редакции**

**Аннотация.** История человечества особенно ярко и драматично предстает в ее описании посредством раскрытия того, как в тот или иной этап его развития люди относились друг к другу, к власти и другим социальным институтам, доверяли им или, наоборот, испытывали недоверие. Чем сложнее система общественных связей, тем более показателен анализ состояния доверия в обществе для понимания его безопасности.

**Ключевые слова:** доверие, социальный капитал, холодные общества, теплые общества, международные институты, власть.

**Ryabova E.L.**

*Doctor of Political Sciences, Professor,  
International Publishing Center.*

**Ternovaya L.O.**

*Doctor of Historical Sciences, Professor MADI  
(The Moscow Automobile and Road Construction University).*

**Future is created in the past?**

**Abstract.** The history of mankind is particularly vivid and dramatic in its description by revealing how people at one stage or another of its development treated each other, the government and other social institutions, trusted them or, on the contrary, experienced mistrust. The more complex the system of public relations, the more revealing is the analysis of the state of trust in society for understanding its security.

**Key words:** trust, social capital, cold societies, warm societies, international institutions, power.

# Отечественная история

## National history

---

### Абазалиева М.М.

Кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин, Северо-Кавказская государственная академия.

### Урчукова С.Р.

Кандидат политических наук, доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин, Московский институт деловой карьеры, филиал в Карачаево-Черкесской республике.

## Политико-правовое обеспечение информационной политики Российского государства в сфере оказания государственных услуг населению\*

Исследователи отмечают политическую значимость правового регулирования процессов формирования, становления, развития информационного общества, проявив особый интерес к проблемам понятийного аппарата данной научной сферы<sup>1</sup>.

А.В. Нестеров рассматривая информацию как одно из сложнейших общественных явлений, считает, что процесс ее нормативно-правового регулирования сложен и необходим в современных условиях<sup>2</sup>. Специфи-

---

1 Бачило И.Л. Информационное право. М.: Юрайт, 2018. С. 322; Вознесенский И.С. Глобальное научно-экономическое сотрудничество на рынке информационных услуг // Этносоциум и межнациональная культура. 2012. № 8 (50) С. 125-129; Гольятынина И.Ю. Унификация законодательства России о праве на информацию // Вестник Моск. гос. обл. ун-та серия «Юриспруденция». 2015. № 1. С. 12; Огородов Д.В. Правовые отношения в информационной сфере. Дисс. канд. юр. наук. М.: Российская академия наук, Институт государства и права, 2002. С. 56 // URL:<https://nashaucheba.ru>; Терновая Л.О. Информационное общество: достижения, новые угрозы и риски // Информ-дискурс. Альманах. М.: РАГС, 2007. С. 26-29; Терновая Л.О. Раздел II. Глава 4. Развитие глобального информационного пространства // Глобализация: учебник. М.: РАГС, 2008. С. 194-213.

2 Нестеров А.В. Закон принят. Проблемы остались // Информационное право. 2006. № 4 (7). С. 19-22.

ку на определение самого объекта накладывает и особенность той или иной информационной сферы. К юридически значимым признакам, обуславливающим специфику информации как объекта правового регулирования Т.Ш. Изатов относит ее независимость по отношению к носителю; субъективный характер (информация является результатом интеллектуальной деятельности, владеющего сознанием субъекта); обязательность реальности для включения в правовой оборот; количественная неустановленность; вероятность многократного использования; хранение представляемой информации у транслирующего её субъекта; способность к восстановлению, размножению, сохранению в целости и аккумулярованию<sup>3</sup>. С.Н. Шевердяев обращает внимание на специфику принимаемой гражданами информации, зависимости ее объема и содержательности, от порядка предоставления доступа к ней<sup>4</sup>. Исследователи полагают, что «проблема нормативного регулирования правоотношений в сфере медиа может быть рассмотрена в аспекте необходимости обеспечивать нормальное функционирование современного социума, находящегося на этапе перехода к информационному обществу»<sup>5</sup>.

Принятие Федерального закона «Об информации, информатизации и защите информации» 20 февраля 1995 г., можно считать официальной датой рождения информационного права в Российской Федерации. В принятый Государственной Думой 21 октября 1994 года Гражданский кодекс Российской Федерации, информация была включена в состав объектов гражданских прав, а Федеральные законы: от 4 июля 1996 года N 85-ФЗ «Об участии в международном информационном обмене»; от 10 января 2003 года N 15-ФЗ, от 30 июня 2003 года N 86-ФЗ, в связи с принятием Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности»; от 29 июня 2004 года N 58-ФЗ «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельные законодательные акты Рос-

3 Изатов Т.Ш. *оглы*. Механизм реализации конституционного права граждан на информацию в Российской Федерации. Дисс. ... канд. юр. наук. М., 2002.

4 Шевердяев С.Н. Обзор регионального законодательства, регулирующего порядок предоставления гражданам информации // Законодательство и практика масс-медиа. 2006. № 12 (72). С. 4-12.

5 Вознесенский И.С. Информационные технологии в бизнесе: риски и возможности // Этносоциум и межнациональная культура. 2016. № 5 (95) С. 33-40; Микулина И.В., Шаталова Л.С. Медиаправо в России: предпосылки возникновения и современное состояние // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 27 (170). Т. 20. С. 142; Мартыанов Д.С., Мартыанова Н.А. Правые идеологии в Интернете как фактор инноваций в правовой сфере // Гражданское общество и правовое государство как факторы модернизации российской правовой системы: Материалы международной научно-теоретической конференции / Под общ. ред. Н.С. Нижник: В 2 ч. Ч I. СПб.: Астерион, 2009. С. 230.

сийской Федерации, в связи с реализацией мер по модернизации государственного управления» впервые обусловили перечень нормативно оформленных дефиниций, применяемых в сфере отношений в информационной среде и наметили главные направления деятельности государства в области информатизации, обусловив цели и методы защиты информационных ресурсов и прав субъектов, позволившие заложить фундамент для будущего формирования правового регулирования в сфере информации и информатизации и сформировать необходимую законодательную базу.

Постановлением от 11 ноября 2005 г. N 679 «О порядке разработки и утверждения административных регламентов исполнения государственных функций и административных регламентов предоставления государственных услуг» (в ред. Постановлений Правительства РФ от 29.11.2007 N 813, от 19.08.2011 N 705, от 30.06.2012 N 674, от 25.08.2012 N 852, от 03.12.2012 N 1254, от 18.12.2012 N 1334) в порядок разработки, как административных регламентов, так и электронных государственных услуг, были внесены изменения, направленные на значительное сокращение времени реализации функции органами государственной власти, в части повышения качества оказываемых услуг, за счет совершенствования эффективности государственного управления.

Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» принятый Государственной Думой 8 июля 2006 года (в ред. Федеральных законов от 27 июля 2010 г. N 227-ФЗ; от 6 апреля 2011 г. N 65-ФЗ; от 21 июля 2011 г. N 252-ФЗ; от 28 июля 2012 г. N 139-ФЗ; от 5 апреля 2013 г. N 50-ФЗ; от 7 июня 2013 г. N 112-ФЗ; от 2 июля 2013 г. N 187-ФЗ; от 28 декабря 2013 г. N 396-ФЗ; от 28 декабря 2013 г. N 398-ФЗ; от 5 мая 2014 г. N 97-ФЗ; от 21 июля 2014 г. N 222-ФЗ; от 21 июля 2014 г. N 242-ФЗ; от 24 ноября 2014 г. N 364-ФЗ; от 31 декабря 2014 г. N 531-ФЗ; от 29 июня 2015 г. N 188-ФЗ; от 13 июля 2015 г. N 263-ФЗ; от 13 июля 2015 г. N 264-ФЗ) установил для государственных органов и органов местного самоуправления обязательным предоставлять доступ, с учетом использования информационно-телекоммуникационных технологий и сети Интернет к сведениям о своей деятельности, определил Порядок функционирования информационной системы и обязательность за допускаемые правонарушения в области информационных технологий, информации и ее защиты<sup>6</sup>.

Федеральный закон от 10.01.2002 г. № 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи» (в ред. от 08. 11.2007 г.) гарантировал право применения, в электронных документах, электронной цифровой подписи и её исполь-

6 Федеральный закон от 20.02.1995 № 24-ФЗ «Об информации, информатизации, и защите информации // URL:<https://www.lawmix.ru/zkrf/22302> (10.06.2019)

зование в сфере государственного управления. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» дал определение таким понятиям, как «электронное сообщение», «электронный документ» и установил правовой статус обмена как электронными сообщениями, так и документами. К нормативно-правовым актам, регулирующим сферу развития информационного общества в современных условиях также относятся: Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных»; Постановление Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2007 года № 781 «Об утверждении положения об обеспечении безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных». Ряд нормативных актов был направлен на формирование юридического пространства на региональном уровне, в котором должна осуществляться информатизация в современных условиях.

Совместно, Министерством связи и массовых коммуникаций Российской Федерации и Министерством экономического развития Российской Федерации были подготовлены нормативно-правовые акты, которые определили правила и требования к переходу органов государственной власти на оказание (исполнение) электронных государственных услуг.

Требования к развитию информационной системы территориального управления в были определены в постановлении Правительства РФ от 25.12.2007 № 931 «О некоторых мерах по обеспечению информационного взаимодействия государственных органов и органов местного самоуправления при оказании государственных услуг гражданам и организациям»<sup>7</sup>. Постановлением предусмотрено создание перечня государственных услуг и разработка порядка их предоставления, на основе информационного взаимодействия, с целью повышения публичности, очевидности в работе государственных органов власти и качества государственного управления. Данное Постановление стало главным компонентом правоустанавливающей базы, для создания и работы многофункциональных центров, по оказанию государственных услуг, предусмотренных Концепцией административной реформы Российской Федерации, призванных функционировать на основе информационного взаимодействия органов государственной власти всех уровней. С.Н. Шeverдяев, рассматривая важность значения постановления Правительства РФ от 29.12.2007 № 947 «Об утверждении правил разработки, апробации, доработки и реализа-

---

7 Постановление Правительства РФ от 25.12.2007 № 931 «О некоторых мерах по обеспечению информационного взаимодействия государственных органов и органов местного самоуправления при оказании государственных услуг гражданам и организациям» // URL: [http://www.glavbukh.ru/npd/edoc/99\\_902080203\\_XA00LU62M3](http://www.glavbukh.ru/npd/edoc/99_902080203_XA00LU62M3) (21.06.2019)

ции типовых программно-технических решений в сфере региональной информатизации», отмечал, что оно регламентирует правила апробации типовых решений в рамках реализации Федеральной целевой программы (ФЦП) «Электронная Россия», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации 28 января 2002 года № 65, направленной на создание условий для абсолютного увеличения процессов информационного обмена в экономике и обществе в целом, в том числе между гражданами и органами государственной власти, повышение эффективности государственного управления и местного самоуправления» [11], на формирование инфраструктуры электронного правительства, гарантирующей доступ к информации о работе и оказываемых электронных государственных услугах государственными органами власти в электронном виде, межведомственное электронное взаимодействие и комплексный государственный контроль эффективности работы органов государственной власти и снижение уровня административной нагрузки на организации и граждан, с ежегодной экономией до 10 млрд рублей; увеличение эффективности расхода бюджета на внедрение информационно-телекоммуникационных технологий в деятельность государственных органов власти на 10%; уменьшение расходов органов государственной власти на организацию межведомственного обмена сведениями на 25%; сокращение административной нагрузки на граждан и организации, связанной с передачей информации в органы государственной власти, снижение количества необходимых обращений в органы государственной власти для получения государственных услуг и уменьшение времени ожидания оказания услуг на 10%; предоставление гарантированного уровня открытости информации органами государственной власти, увеличение уровня доверия и взаимодействия, уменьшение расходов времени на реализацию гражданами Российской Федерации своих конституционных прав и обязанностей; увеличение эффективности и качества принимаемых решений, уменьшение затрат на организацию административно-управленческих процессов в государственных органах власти; подготовку в рамках проекта долгосрочной целевой государственной программы «Информационное общество (2011–2020 годы)»<sup>8</sup> мероприятий, направленных на продолжение формирования в Российской Федерации электронного правительства в 2011 – 2020 годах, что обеспечит безопасность государственных вложений и долгосрочную экономическую эффективность

---

8 Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. N 1815-р г. О государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)» // URL <https://rg.ru/2010/11/16/infobshchestvo-site-dok.html> (дата обращения - 27.06.2019 г.); ФЦП «Электронная Россия» (2002 – 2010 гг.) // URL: <http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/6/> (21.06.2019)

от внедрения полученных от реализации Программы результатов; повышение спроса на информационно-телекоммуникационные технологии органами государственной власти и, как следствие, рост объема их предложения со стороны российских производителей до 10% в год, за счет повышения готовности и мотивации работников органов государственной власти к использованию в своей деятельности современных информационных и телекоммуникационных технологий, поддержка разработки программ и проектов ведомственной информатизации; обеспечение развития неделимого информационного пространства страны за счет формирования национальной информационной и телекоммуникационной инфраструктуры для государственных нужд и подключения к ней органов государственной власти на всей территории Российской Федерации. Цели, задачи, планируемые результаты ФЦП «Электронная Россия (2002 – 2010 гг.)», в результате внесения поправок, были существенно преобразованы относительно первой редакции и все действия обращены исключительно на развитие структуры «электронного правительства». Неисполнение одного целевого индикатора ФЦП «Электронная Россия (2002 – 2010 гг.)», «Количество федеральных органов исполнительной власти по внедрению типовой информационной автоматизированной системы центра телефонного обслуживания», при 42 показателях, было допущено государственным заказчиком Минкомсвязи России. При этом индикатор «Количество официальных сайтов субъектов Российской Федерации, отвечающих установленным нормативно-правовым требованиям, касающихся отображения полноты информации о работе государственных органов» (государственный заказчик Минэкономразвития России), составил 77%, при плановом значении 70%; показатель «Количество государственных и муниципальных гражданских служащих, которые должны были повысить квалификацию в области использования информационных технологий» (государственный заказчик Минобрнауки) составил 2 862 человек при плане 2500 человек<sup>9</sup>. В нашей стране Стратегия развития информационного общества, была направлена на повышение качества жизни граждан, обеспечение конкурентоспособности России, развитие экономической, социально-политической, культурной и духовной сфер жизни общества, повышение качества управления государством, в результате внедрения информационно-телекоммуникационных технологий<sup>10</sup>. В рамках международного сотрудничества в области развития

9 Счетная палата проверила реализацию ФЦП «Электронная Россия» // URL: <http://www.audit-it.ru/news/finance/383760.html> (27.06.2019)

10 Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. № Пр-212/ сайт // URL: <http://www.rg.ru/2008/02/16/informacia-strategia-d0k.html> (07.07.2019)

информационного общества основными направлениями реализации Стратегии явились: регулирование взаимоотношений в сфере применения глобальной информационной инфраструктуры, включая вопросы интернационализации управления сетью Интернет, участие в подготовке международных правовых норм и механизмов их реализующих; участие в международном информационном обмене; совершенствование взаимодействия правоохранительных органов РФ и иностранных государств, в сфере предотвращения, обнаружения, прекращения и аннулирования последствий применения ИКТ в террористических и прочих преступных целях; деятельность по развитию порядка международной информационной безопасности; участие нашей страны, в исследовательских проектах и создании стандартов в сфере ИКТ на международном уровне, по основным направлениям развития науки, техники и технологий; гармонизация национальной системы стандартов и сертификации в этой сфере с международной системой.

Наряду с перечисленными нормативными актами был принят ряд правовых документов: постановление Правительства РФ от 07.03.2008 № 157 «О создании системы государственного информационного обеспечения в сфере сельского хозяйства»; Указ Президента РФ от 17.03.2008 № 351 «О мерах по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации при использовании информационно-телекоммуникационных сетей международного информационного обмена»; распоряжение Правительства Российской Федерации от 25.06.2009 N 872-р «О перечне государственных услуг и (или) функций, осуществляемых с использованием информационных и телекоммуникационных технологий (в том числе в электронном виде)»; Постановление Правительства Российской Федерации от 3 октября 2009 года № 796 «О некоторых мерах по повышению качества предоставления государственных (муниципальных) услуг на базе многофункциональных центров предоставления государственных (муниципальных) услуг»; Постановление Правительства Российской Федерации от 22.09.2009 № 754 «Об утверждении Положения о системе межведомственного электронного документооборота» и от 8 сентября 2010 года N 697 «О единой системе межведомственного электронного взаимодействия»; Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»; Распоряжение Правительства России от 25.04.2011 № 729-р «О перечне услуг, оказываемых государственными и муниципальными учреждениями и другими организациями, в которых размещается государственное задание (заказ) или муниципальное задание (заказ)...»; Постановление от 8 июня 2011 года № 451 «Об инфраструктуре, обеспечивающей информа-

ционно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для представления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме»; положение об электронном документообороте федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и иных государственных органов, а также государственных внебюджетных фондов; Постановление Правительства Российской Федерации от 22.12.2011 № 1092 «О порядке представления в регистрирующий орган иными государственными органами сведений в электронной форме, необходимых для осуществления государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, а также для ведения единых государственных реестров юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»; Постановление Правительства РФ от 1 ноября 2012 г. N 1119 «Об утверждении требований к защите персональных данных при их обработке в информационных системах»; Правительства Российской Федерации от 06.09.2012 № 890 «О мерах по совершенствованию электронного документооборота в органах государственной власти»; Постановление Правительства РФ от 25.12.2014 № 1494 «Об утверждении Правил обмена документами в электронном виде при организации информационного взаимодействия»; Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года; Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014 - 2020 годы и на перспективу до 2025 года, и ряд других правовых актов направленных на формирование перечня государственных услуг и порядок их оказания, на основе информационного взаимодействия, с целью повышения качества государственного управления, открытости и прозрачности работы органов государственной власти, на координацию деятельности многофункциональных центров предоставления государственных услуг, предусмотренных Концепцией административной реформы Российской Федерации, на основе единой системы межведомственного электронного взаимодействия органов власти всех уровней, на защиту персональных данных при обработке в информационных системах и предоставлении при помощи сети Интернет; на качество целей государственной политики в области развития информационных технологий, формирование и развитие информационного общества, повышение качества жизни граждан, развитие всех сфер жизни общества, улучшение системы государственного управления, обеспечение конкурентоспособности продукции и услуг в сфере информационных и телекоммуникационных технологий; на реализацию задач государственной информационной политики, в числе которых:

формирование информационного права как правового фундамента построения информационного общества и основных положений правового обеспечения государственной информационной политики; формирование правовой нормативной базы, обеспечивающей эффективное регулирование информационных отношений и основные направления его развития; разработку концепции формирования и развития информационного права и его источника – информационного законодательства.

### Библиографический список:

- [1] Бачило И.Л. Информационное право. М.: Юрайт, 2018. 419 с.
- [2] Вознесенский И.С. Глобальное научно-экономическое сотрудничество на рынке информационных услуг // Этносоциум и межнациональная культура. 2012. № 8 (50). С. 125-129.
- [3] Вознесенский И.С. Информационные технологии в бизнесе: риски и возможности // Этносоциум и межнациональная культура. 2016. № 5 (95). С. 33-40.
- [4] Гольяпина И.Ю. Унификация законодательства России о праве на информацию // Вестник Моск. гос. обл. ун-та серия «Юриспруденция». 2015. № 1. С. 12-21.
- [5] Иззатов Т.Ш. о.глы. Механизм реализации конституционного права граждан на информацию в Российской Федерации. Дисс. ... канд. юр. наук. М., 2002.
- [6] Нестеров А.В. Закон принят. Проблемы остались // Информационное право. 2006. № 4 (7). С. 19-22.
- [7] Мартыянов Д.С., Мартыянова Н.А. Правые идеологии в Интернете как фактор инноваций в правовой сфере // Гражданское общество и правовое государство как факторы модернизации российской правовой системы: Материалы международной научно-теоретической конференции / Под общ. ред. Н.С. Нижник: В 2 ч. Ч. I. СПб.: Астерион, 2009. С. 228-231.
- [8] Микулина И.В., Шаталова Л.С. Медиаправо в России: предпосылки возникновения и современное состояние // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 27 (170). Том 20. С.142-149.
- [9] Огородов Д.В. Правовые отношения в информационной сфере. Дисс. ганд. юр. наук. М.: Российская академия наук, Институт государства и права, 2002. М.: Российская академия наук, Институт государства и права, 2002 // URL: <https://nashaucheba.ru>. 56 с.
- [10] Постановление Правительства РФ от 25.12.2007 № 931 «О некоторых мерах по обеспечению информационного взаимодействия государственных органов и органов местного самоуправления при оказании государственных услуг гражданам и организациям» // URL: [http://www.glavbukh.ru/npd/edoc/99\\_902080203\\_XA00LU62M3](http://www.glavbukh.ru/npd/edoc/99_902080203_XA00LU62M3) (21.06.2019)
- [11] Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. N 1815-р г. О государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011 – 2020 годы)» // URL: <https://rg.ru/2010/11/16/infoschestvo-site-dok.html> (27.06.2019)
- [12] Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. № Пр-212/ сайт // URL: <http://www.rg.ru/2008/02/16/informacia-strategia-dok.html> (07.07.2019)
- [13] Счетная палата проверила реализацию ФЦП «Электронная Россия» // URL: <http://www.audit-it.ru/news/finance/383760.html> (27.06.2019)
- [14] Терновая Л.О. Информационное общество: достижения, новые угрозы и риски // Информ-дискурс. Альманах. М.: РАГС, 2007. С. 26-29.
- [15] Терновая Л.О. Раздел II. Глава 4. Развитие глобального информационного пространства // Глобализация: учебник. М.: РАГС, 2008. С. 194-213.
- [16] Швердяев С.Н. Обзор регионального законодательства, регулирующего порядок предоставления гражданам информации // Законодательство и практика масс-медиа. 2006. № 12 (72). С. 4-12.
- [17] Федеральный закон от 20.02.1995 № 24-ФЗ «Об информации, информатизации, и защите информации» // URL: <https://www.lawmix.ru/zkrf/22302> (10.06.2019)
- [18] ФЦП «Электронная Россия» (2002 – 2010 гг.) // URL: <http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/6/> (21.06.2019)

### References

- [1] Bachilo I.L. Information law. M.: Yurayt, 2018. 419 p.
- [2] Voznesensky I.S. Global scientific and economic cooperation in the market of information services // Ethnosoциум and interethnic culture. 2012. № 8 (50). P. 125-129.

- [3] Voznesensky I.S. Information technology in business: risks and opportunities // *Ethnosocium and interethnic culture*. 2016. № 5 (95). P. 33-40.
- [4] Goltypina I.Yu. Unification of the Russian legislation on the right to information // *Bulletin of Moscow. state reg. University series "Jurisprudence"*. 2015. № 1. P. 12-21.
- [5] Izzatov T.Sh. ogly. The mechanism for the implementation of the constitutional right of citizens to information in the Russian Federation. Diss. ... cand. legal sciences. M., 2002.
- [6] Nesterov A.V. The law is passed. Problems remained // *Information Law*. 2006. № 4 (7). P. 19-22.
- [7] Martyanov D.S., Martyanova N.A. Right ideologies on the Internet as a factor of innovation in the legal sphere // *Civil society and the rule of law as factors in the modernization of the Russian legal system: Materials of an international scientific and theoretical conference* / Ed. ed. N.S. Nizhnik: At 2 hours, Part I. St. Petersburg: Asterion, 2009. P. 228-231.
- [8] Mikulina I.V., Shatalova L.S. Media law in Russia: prerequisites for the emergence and current state // *Scientific statements of BelSU. Series: Humanities*. 2013. № 27 (170). Volume 20. P. 142-149.
- [9] Ogorodov D.V. Legal relations in the information sphere. Diss. rand legal sciences. M.: Russian Academy of Sciences, Institute of State and Law, 2002. M.: Russian Academy of Sciences, Institute of State and Law, 2002 // URL: <https://nashaucheba.ru>. 56 p.
- [10] Decree of the Government of the Russian Federation of December 25, 2007 No. 931 "On Certain Measures to Ensure Information Interaction of State Bodies and Local Self-Government Bodies in Provision of Public Services to Citizens and Organizations" // URL: [http://www.glavbukh.ru/npd/edoc/99\\_902080203\\_XA00LU62M3](http://www.glavbukh.ru/npd/edoc/99_902080203_XA00LU62M3) (06.21.2019)
- [11] Order of the Government of the Russian Federation of October 20, 2010 N 1815-r. On the state program of the Russian Federation "Information Society (2011 - 2020)" // URL: <https://rg.ru/2010/11/16/infobschestvo-site-dok.html> (06.27.2019)
- [12] Development Strategy of the Information Society in the Russian Federation of February 7, 2008 No. Pr-212 // URL: <http://www.rg.ru/2008/02/16/infomacia-strategia-d0k.html> (07.07.2019)
- [13] The Accounts Chamber verified the implementation of the Federal Target Program "Electronic Russia" // URL: <http://www.audit-it.ru/news/finance/383760.html> (06.27.2019)
- [14] Ternovaya L.O. Information society: achievements, new threats and risks // *Inform-discourse. Almanac. M.: RAGS*, 2007. P. 26-29.
- [15] Ternovaya L.O. Section II. Chapter 4. Development of the global information space // *Globalization: a textbook*. M.: RAGS, 2008. P. 194-213.
- [16] Sheverdyayev S.N. A review of regional legislation governing the provision of information to citizens // *Legislation and practice of mass media*. 2006. № 12 (72). P. 4-12.
- [17] Federal Law of February 20, 1995 No. 24-ФЗ "On Information, Informatization, and Information Protection" // URL: <https://www.lawmix.ru/zkrf/22302> (June 10, 2019)
- [18] Federal Target Program "Electronic Russia" (2002 - 2010) // URL: <http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/6/> (06.21.2019)

**Абазалиева М.М.**

*Кандидат политических наук, доцент  
кафедры философии и гуманитарных дисциплин,  
Северо-Кавказская государственная академия.*

**Урчукова С.Р.**

*Кандидат политических наук,  
доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин,  
Московский институт деловой карьеры, филиал  
в Карачаево-Черкесской республике.*

**Политико-правовое обеспечение  
информационной политики Российского государства  
в сфере оказания государственных услуг населению**

**Аннотация.** В современных условиях, всеобщая глобализация, компьютеризация общества и динамичное развитие новых информационных отношений обусловили необходимость в их законодательном закреплении. Действующие нормативно-правовые акты федерального и регионального уровня в сфере государственной информационной политики определяют нормы, которые, обеспечивают возможность получения и обязанность предоставления электронных государственных и муниципальных услуг, позволяющих существенно повысить эффективность решения задач, связанных с обработкой большого количества данных, значительно повысить их качество, интенсифицировать взаимодействие государственных органов власти в современных условиях.

**Ключевые слова:** информация, информационное общество, нормативно-правовые акты, государственные услуги.

**Abazalieva M.M.**

*Candidate of Political Sciences,  
Associate Professor, Department of Philosophy  
and Humanities, North Caucasus State Academy.*

**Urchukova S.R.**

*Candidate of Political Sciences, Associate Professor,  
Department of Civil Law Disciplines,  
Moscow Institute of Business Career, a branch  
in the Karachay-Cherkess Republic.*

**Political and legal support  
of the information policy of the Russian state  
in the provision of public services to the population**

**Abstract.** In modern conditions, universal globalization, the computerization of society and the dynamic development of new information relations have made it necessary to consolidate them in legislation. The current regulatory and legal acts of the federal and regional level in the field of state information policy determine the norms that provide the opportunity to receive and the obligation to provide electronic state and municipal services, which can significantly increase the efficiency of solving problems associated with the processing of large amounts of data, significantly improve their quality, to intensify the interaction of state authorities in modern conditions.

**Key words:** information, information society, legal acts, public services.

**Дармилова Э.Н.**

*Кандидат исторических наук, доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин, Северо-Кавказская государственная академия.*

**Сидаков А.М.**

*Кандидат политических наук, доцент кафедры уголовно-правовых дисциплин, Московский институт деловой карьеры, филиал в Карачаево-Черкесской республике.*

## **Роль государственной информационной политики в формировании и развитии государственных услуг в России\***

Государственная информационная политика определяет наиболее важные направления деятельности федеральных и региональных органов власти в области обеспечения информационной безопасности; в сфере изменения нормативно-правой базы, в целях регулирования механизмов информационных отношений и обеспечения правового равенства всех участников взаимодействия в информационной области; в закреплении порядка обязанностей по защите интересов государства в информационной сфере; в соблюдении законности и баланса интересов личности, общества и государства в области информации; в публичности при осуществлении целей; в преимущественном обновлении отечественных информационных, телекоммуникационных технологий, их подключения к глобальным информационным сетям; в обеспечении безопасности государства при формировании, использовании, защите информационных систем и используемой информации (ст. 3 №149-ФЗ)<sup>1</sup>.

На современном этапе развития деятельность органов власти, государственных и муниципальных учреждений, включенных в систему оказания государственных услуг невозможна без использования информации, информационных технологий, локальных компьютерных сетей, которые активно используются в системе государственного управления,

---

<sup>1</sup> Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Российская газета. 2006. 29 июля.

благодаря реализации задач государственной информационной политики. Информационные услуги имеют своей отличительной особенностью наличие своеобразных характеристик, направленных на снижение или устранение степени неопределенности в той или иной ситуации. Они очень специфичны и по ряду таких признаков, как: овеществление результата информационной деятельности в документах, сохраненных на бумажных копиях, машиночитаемых дисках, носителях телекоммуникационных средств связи, обеспечивающих транспортировку услуги; использование информационной услуги, предполагающее возможность хранения и транспортировки услуги; оказание информационной услуги без прямого личного контакта потребителя и производителя могут быть отнесены к нетипичным, нестандартным услугам<sup>2</sup>.

В качестве признаков информационных услуг, отличающих их от традиционных видов услуг, также можно выделить: целевое назначение, сегментарность выбора, особую потерю актуальности, реальность множественного использования, большую стоимость восстановления, трудность измерения полезности, большую динамичность.

Электронная информация и коммуникация входят в современный рынок информационных услуг, мировая электронная коммуникация, предполагает формирование работы сети Интернет, гарантирующей на хорошем уровне современную ступень развития информационных услуг и технологий. В современных условиях способ проявления гражданской активности в Интернете стал более результативным. У граждан появилась реальная возможность принимать участие в разработке проектов законов и ряда других нормативно-правовых документов, вносить свои предложения и правки в проекты документов, предлагать для рассмотрения личные проекты<sup>3</sup>.

В рамках исследуемой темы необходимо рассмотреть вопрос одного из приоритетных направлений, осуществляемых государством, на этапе реализации государственной информационной политики и развития информационного общества — о предоставлении государственных услуг,

---

2 *Вознесенский И.С.* Глобальное научно-экономическое сотрудничество на рынке информационных услуг // *Этносоциум и межнациональная культура*. 2012. № 8 (50). С. 125-129; *Вознесенский И.С.* Информационные технологии в бизнесе: риски и возможности // *Этносоциум и межнациональная культура*. 2016. № 5 (95) С. 33-40; *Савина Т.В.* Рынок информационных услуг: тенденции и перспективы развития // *Вестник ТГУС. Серия Экономика*. 2008. Вып.3. С. 246.

3 *Афиногенов Д.В.* Законодательство с открытым кодом: технология публичной разработки проектов нормативных актов // *Самоучитель по лоббированию общественных интересов: материалы семинара «Неиспользуемые возможности: сотрудничество общественных организаций с органами власти»*. СПб.: ЭКОМ, 2006. С. 42 // URL: [ecom.su/courses/index.php?id=767](http://ecom.su/courses/index.php?id=767).

в том числе посредством использования информационных технологий. Область услуг государственных органов власти, как объект управления, определяется как организуемая социально-экономическая зона, которая функционирует под ориентирующим влиянием системы государственного управления, которая реализует функции институциональных и экономических влияний на область услуг государственных органов власти, с целью обеспечения стабильной положительной динамики общественно-экономического роста. Обозначенные позиции к исследуемому феномену предоставляют возможность сделать акцент на процессно-функциональном и коммуникативном подходах, выявляющих изменяющиеся закономерности сферы государственных услуг, и все остальные подходы, содействующие раскрытию складывающихся статических закономерностей.

В современных условиях значимость услуг, оказываемых органами государственной власти, заключается в гарантировании или изменении государственными институтами поддержания или преобразования условий не вещественных несводимых благ, которые формируются, исполняются, сосредотачиваются и распределяются в социально-политической зоне. Область услуг государственных органов власти структурно представляется нам как совокупность трех сегментов: исполнение государственных услуг, их запрос, инфраструктурное обеспечение функционирования субъектов исполнения и запроса государственных услуг.

Создание общей инфраструктуры информационных телекоммуникационных технологий, которая включает как государственные информационные ресурсы, так и средства, гарантирующие работу, связь между собой, населением, бизнесом, учреждениями в рамках оказания электронных государственных услуг возможно при широком использовании информационно-коммуникационных технологий в функционировании федеральных, региональных, местных органов власти, с целью повышения результативности механизмов управления. Федеральная целевая программа (ФЦП) «Электронная Россия (2002 – 2010 гг.)», сделала возможным формирование обязательных условий для внедрения информационных технологий на качественно новом уровне<sup>4</sup>.

Роль Министерства экономического развития России в реализации ФЦП «Электронная Россия», это – наукоемкие, исследовательские разработки, работы в сфере ИКТ - методологии, проекты в области совершенствования государственного управления и построения электронного правительства. Первый этап реализации Программы (2002 год) положил

---

4 «Электронная Россия» // URL: <http://www.uic.unn.ru/~chep/html/b2grus.htm> (дата обращения - 12.08.2019 г.).

начало созданию предпосылок для осуществления соответствующих процедур Программы, которые рассчитаны на проведение оценки нормативно-правовой основы, с целью выявления главных вопросов, сдерживающих широкое внедрение информационных и коммуникационных технологий, исследование степени информатизации экономики, рассмотрение результативности использования средств бюджета, отчисляемых на информатизацию, осуществление подсчета информационных ресурсов, изучение зарубежного опыта осуществления похожих программ, анализ опыта работы в области информационных и коммуникационных технологий различных организации.

Второй этап реализации Программы (2003 – 2004 годы) предполагал на основании выполненных исследований, созданных концепций и разработанной нормативной правовой базы реализацию планов, которые обеспечивали согласованность органов власти и местных органов самоуправления с гражданами и субъектами производства в налоговой сфере по регистрации таможенной документации, оформление и предоставление отчетной документации, в соответствии с законодательством Российской Федерации об акционерных обществах, рынке ценных бумаг и поступлении продукции для государственных органов федерального уровня, создание основной единой информационной и телекоммуникационной инфраструктуры для государственных органов власти, органов местного самоуправления, бюджетных учреждений, финансируемых из средств государственного или местного бюджета, некоммерческих организаций, не ставящих основной целью своей деятельности приобретение, получение прибыли, регламента электронной торговли в сфере предоставления продукции для государственных нужд на федеральном уровне и пунктов коллективного подключения к доступным информационным системам, формирование материально-технической базы на современном уровне, с целью прохождения специализации в ведущих образовательных учреждениях страны экспертов по информационным и коммуникационным технологиям.

Третий этап реализации Программы (2005 – 2010 годы) позволил создать предпосылки для массового распространения информационных и коммуникационных технологий на основании единой информационно-телекоммуникационной инфраструктуры и применения порядка электронной торговли во всех областях общественной работы, в сфере поставок продукции для нужд государства на федеральном и региональном уровнях, электронного документооборота и обеспечивающих информационную безопасность систем, завершение создания

единой информационно - телекоммуникационной инфраструктуры для государственных органов власти и органов местного самоуправления, бюджетных организаций, коммерческих учреждений, коллективных пунктов подключения к доступным справочным системам.

Основной курс политики государства в области формирования инновационной системы до 2010 года был взят в 2005 году. Стратегия развития науки и инноваций на период до 2015 года утверждена в 2006 году. В рамках реализации мероприятий, определенных указанными документами были заложены основы национальной инновационной системы, инициированы меры по развитию сектора исследований и разработок, формированию инновационной инфраструктуры, модернизации экономики на основе технологических инноваций.

Концепция формирования в России электронного правительства до 2010 года основной задачей определила переход государственных органов власти на оказание электронных государственных услуг, что предусматривало обмен имеющимися данными между всеми участниками процесса оказания услуги: заявителем, органом власти, оказывающим услугу и другими органами власти в электронном виде по электронными каналам связи с использованием комплекса мероприятий электронного правительства<sup>5</sup>. Системный проект создания в государстве инфраструктуры электронного правительства был разработан Министерством связи и массовых коммуникаций РФ, с целью формирования на его основе государственной Программы «Информационное общество» (2011 – 2020 годы)<sup>6</sup>, приоритеты которой определены такими нормативно-правовыми документами, как: Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации (принята распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р); Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации 7 февраля 2008г. №Пр-212); Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (принята распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р); Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014 - 2020 годы и на перспективу до 2025 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 1

5 Распоряжение Правительства РФ от 06.05.2008 N 632-р (ред. от 10.03.2009) «О Концепции формирования в Российской Федерации электронного правительства до 2010 года» // URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_76942/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_76942/) (дата обращения - 25.09.2019 г.).

6 Системный проект по формированию электронного правительства в Российской Федерации и план первоочередных мероприятий // URL: <http://gos.hse.ru/projects/154/> (дата обращения - 25.09.2019 г.).

ноября 2013 г. № 2036-р)<sup>7</sup>.

Интернет стал играть определенную, важную роль в трансформации политической коммуникации, преобразуются каналы получения и передачи информации, активно реализуются как традиционные модели коммуникации, так и специфические, которые существуют только в виртуальном пространстве<sup>8</sup>.

Таким образом, в системе регулирования социальных и политических отношений в информационном обществе, на современном этапе его развития, государственная информационная политика занимает первостепенное место и способствует формированию и развитию новой системы информационно-коммуникационных отношений, а внедрение информационно-коммуникационных технологий в область государственного управления, в свою очередь, станет инструментом перехода к социально-сервисному государству, которое оказывает услуги своим гражданам и делает работу государственного аппарата более эффективной и прозрачной<sup>9</sup>.

### Библиографический список:

- [1] Афиногенов Д.В. Законодательство с открытым кодом: технология публичной разработки проектов нормативных актов // Самоучитель по лоббированию общественных интересов: материалы семинара «Неиспользуемые возможности: сотрудничество общественных организаций с органами власти». СПб.: ЭКОМ, 2006 // URL: [ecom.su/courses/index.php?id=767](http://ecom.su/courses/index.php?id=767).
- [2] Вознесенский И.С. Глобальное научно-экономическое сотрудничество на рынке информационных услуг // Этносоциум и межнациональная культура. 2012. № 8 (50). С. 125-129.
- [3] Вознесенский И.С. Информационные технологии в бизнесе: риски и возможности // Этносоциум и межнациональная культура. 2016. № 5 (95). С. 33-40.
- [4] Вознесенский И.С. Рынок IT-услуг и Интернет-пиратство // Этносоциум и межнациональная культура. 2011. № 9 (41). С. 33-39.
- [5] Информационное общество // URL:[http://www.bizhit.ru/index/tema\\_3/0-97](http://www.bizhit.ru/index/tema_3/0-97) (28.09.2019).
- [6] Распоряжение Правительства РФ от 06.05.2008 N 632-р (ред. от 10.03.2009) «О Концепции формирования в Российской Федерации электронного правительства до 2010 года» // URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_76942/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_76942/) (25.09.2019).
- [7] Савина Т.В. Рынок информационных услуг: тенденции и перспективы развития // Вестник ТГУС. Серия Экономика. 2008. Вып. 3. С. 245-253.
- [8] Системный проект по формированию электронного правительства в Российской Федерации и план первоочередных мероприятий // URL: <http://gos.hse.ru/projects/154> (25.09.2019).
- [9] Терновая Л.О. Информационное общество: достижения, новые угрозы и риски // Информ-дискурс. Альманах. М.: РАГС, 2007. С. 26-29.
- [10] Терновая Л.О. Научная картина мира: ее информативный инвариант и его политические проявления // Ученые записки Института политики и деловых коммуникаций. М.: Международный изда-

7 Информационное общество // URL:[http://www.bizhit.ru/index/tema\\_3/0-97](http://www.bizhit.ru/index/tema_3/0-97) (дата обращения - 28.09.2019 г.).

8 Вознесенский И.С. Рынок IT-услуг и Интернет-пиратство // Этносоциум и межнациональная культура. 2011. № 9(41). С. 33-39.

9 Терновая Л.О. Информационное общество: достижения, новые угрозы и риски // Информ-дискурс. Альманах. М.: РАГС, 2007. С. 26-29; Терновая Л.О. Научная картина мира: ее информативный инвариант и его политические проявления // Ученые записки Института политики и деловых коммуникаций. М.: Международный издательский центр «Этносоциум», 2011. Выпуск 2. С. 3-7; Терновая Л.О. Раздел II. Глава 4. Развитие глобального информационного пространства // Глобализация: учебник. М.: РАГС, 2008. С. 194-213.

- тельский центр «Этносоциум», 2011. Выпуск 2. С. 3-7.
- [11] Терновая Л.О. Раздел П. Глава 4. Развитие глобального информационного пространства // Глобализация: учебник. М.: ПАГС, 2008. С. 194-213.
- [12] Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Российская газета. 2006. 29 июля.
- [13] «Электронная Россия» // URL: <http://www.uic.unn.ru/~chep/html/b2grus.htm> (12.08.2019).

## References

- [1] Afinogenov D.V. Open source legislation: technology for the public development of draft normative acts // Tutorial on lobbying for public interests: materials of the seminar “Unused opportunities: cooperation of public organizations with authorities”. SPb.: ECOM, 2006 // URL: [ecom.su/courses/index.php?id=767](http://ecom.su/courses/index.php?id=767).
- [2] Voznesensky I.S. Global scientific and economic cooperation in the market of information services // Ethnoscium and interethnic culture. 2012. № 8 (50). P. 125-129.
- [3] Voznesensky I.S. Information technology in business: risks and opportunities // Ethnoscium and interethnic culture. 2016. № 5 (95). P. 33-40.
- [4] Voznesensky I.S. The market of IT services and Internet piracy // Ethnoscium and interethnic culture. 2011. № 9 (41). P. 33-39.
- [5] Information Society // URL: [http://www.bizhit.ru/index/tema\\_3/0-97](http://www.bizhit.ru/index/tema_3/0-97) (09/28/2019).
- [6] Order of the Government of the Russian Federation dated 06.05.2008 N 632-р (as amended on 10.03.2009) “On the Concept of the Formation of an Electronic Government in the Russian Federation by 2010” // URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_76942/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_76942/) (09.25.2019).
- [7] Savina T.V. Information services market: trends and development prospects // Bulletin of TSU. Series Economics. 2008. Issue 3. P. 245-253.
- [8] A systematic project for the formation of e-government in the Russian Federation and a plan of priority actions // URL: <http://gos.hse.ru/projects/154> (09.25.2019).
- [9] Ternovaya L.O. Information society: achievements, new threats and risks // Inform-discourse. Almanac. M.: RAGS, 2007. P. 26-29.
- [10] Ternovaya L.O. The scientific picture of the world: its informative invariant and its political manifestations // Uchenye Zapiski Institute of Politics and Business Communications. M: International Publishing Center “Ethnoscium”, 2011. Issue 2. P. 3-7.
- [11] Ternovaya L.O. Section II. Chapter 4. Development of the global information space // Globalization: a textbook. M.: RAGS, 2008. P. 194-213.
- [12] Federal Law of July 27, 2006 N 149-ФЗ “On Information, Information Technologies and the Protection of Information” // Russian newspaper. 2006. July 29.
- [13] Electronic Russia // URL: <http://www.uic.unn.ru/~chep/html/b2grus.htm> (08.12.2019).

**Дармилова Э.Н.**

*Кандидат исторических наук,  
доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин,  
Северо-Кавказская государственная академия.*

**Сидаков А.М.**

*Кандидат политических наук,  
доцент кафедры уголовно-правовых дисциплин,  
Московский институт деловой карьеры,  
филиал в Карачаево-Черкесской республике.*

**Роль государственной  
информационной политики в формировании  
и развитии государственных услуг в России**

**Аннотация.** Государственная информационная политика занимает центральное место в системе регулирования социальных и политических отношений в современном информационном обществе и во многом способствует созданию и развитию новой системы информационно-коммуникационных отношений, способствующих обеспечению населения высоким уровнем доступности информации и предоставлению качественных государственных услуг. На современном этапе развития России деятельность органов власти, государственных и муниципальных учреждений, включенных в систему оказания государственных услуг невозможна без использования информации, информационных технологий, сети Интернет. Внедрение информационных технологий в управление государством позволяет менять сущность государственного управления на институциональном уровне в условиях перехода от бюрократического государства к социально-сервисному.

**Ключевые слова:** государственная информационная политика, информационное общество, государственные услуги, информация, информационные технологии.

**Darmilova E.N.**

*Candidate of Historical Sciences,  
Associate Professor of the Department of Philosophy  
and Humanities, North Caucasus State Academy.*

**Sidakov A.M.**

*Candidate of Political Sciences,  
Associate Professor of the Department  
of Criminal Law Disciplines, Moscow Institute of Business Career,  
a branch in the Karachay-Cherkess Republic.*

**The role of public information policy  
in formation and development  
of the sphere of public services in Russia**

**Abstract.** State information policy occupies a central place in the system of regulation of social and political relations in the modern information society and in many respects contributes to the creation and development of a new system of information and communication relations that contribute to providing the population with a high level of accessibility of information and the provision of high-quality public services. At the present stage of development of Russia, the activities of government bodies, state and municipal institutions included in the system of public services are impossible without the use of information, information technology, the Internet. The introduction of information technology in state administration allows changing the essence of state administration at the institutional level in the transition from a bureaucratic state to a social service one.

**Key words:** state information policy, information society, public services, information, information technology.

**Бадахова И.Т.**

Кандидат исторических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления и политологии, Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева.

**Джазаева И.А.-А.**

Кандидат исторических наук, доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин, Северо-Кавказская государственная академия.

**Кубанова М.Н.**

Кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей истории, Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева.

## **История взаимоотношений органов государственной власти и общества по оказанию электронных государственных услуг\***

Развитие современных государств не возможно без использования информационных технологий. Под влиянием развития информационно-телекоммуникационных технологий меняется способ общения между органами государственной власти, между органами государственной власти и гражданами, между людьми<sup>1</sup>.

Все чаще в современной отечественной и зарубежной литературе государство выступает как «крупная корпорация». Так как у государства, подобно крупной корпорации, есть доходы, расходы, бюджет и потребители государственных услуг — граждане, которые выступают в роли клиентов, заинтересованные в том, чтобы государство работало как можно более эффективно, а услуги государственных учреждений были оптимально доступны<sup>2</sup>.

---

1 Терновая Л.О. Информационное общество: достижения, новые угрозы и риски // Информ-дискурс. Альманах. М.: РАГС, 2007. С. 26-29; Терновая Л.О. Научная картина мира: ее информативный инвариант и его политические проявления // Ученые записки Института политики и деловых коммуникаций. М.: Международный издательский центр «Этносоциум», 2011. Выпуск 2. С. 3-7; Терновая Л.О. Раздел II. Глава 4. Развитие глобального информационного пространства // Глобализация: учебник. М.: РАГС, 2008. С. 194-213.

2 Вознесенский И.С. Глобальное научно-экономическое сотрудничество на рынке ин-

В Российской Федерации процесс разработки внедрения информационных технологий в сферу предоставления государственных и муниципальных услуг начался в 2001 году с разработкой федеральной целевой программы «Электронная Россия на 2002—2010 годы». В 2011 году была принята новая государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011—2020 годы)», определяющая решающую роль в истории взаимоотношений государства и общества. Порядок перехода на оказание электронных государственных услуг и исполнение государственных функций в электронном виде государственными органами исполнительной власти определенным Распоряжением от 17 октября 2009 г. N 1555-р (в редакции распор. Правительства Российской Федерации от 08.09.2010 г. N 1519-р; от 28.12.2011 г. N 2415-р)<sup>3</sup> [1], предусмотрел пять последовательных этапов исполнения: первый, когда должна быть помещена информация о государственной услуге или функции в Сводном реестре и на Едином портале государственных и муниципальных услуг (функций); второй этап предполагал на Едином портале государственных услуг размещение формы заявлений и документов, через которые, заявлялось их получение и создавались условия для доступа к ним, с целью снятия копий и электронного заполнения; третий этап характеризовался объективной реальностью для заявителей предъявлять электронные документы с использованием информационных технологий; на четвертом этапе — предоставлялась реальность проводить мониторинг хода обеспечения государственной услуги или исполнения государственной функции; заключительный пятый этап обеспечивал реальность получения заявителями электронных государственных услуг или функций на Едином портале<sup>4</sup>.

Минкомсвязи России ввел в эксплуатацию Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций), позволивший, по окончании мероприятий, по переводу в электронный вид предоставления государственной услуги или исполнения государственной функции, физическим и юридическим лицам получать их. Принятие Постановления Правительства РФ «О единой системе информационно-справочной под-

---

формационных услуг // *Этносоциум и межнациональная культура*. 2012. № 8 (50). С. 125-129; Вознесенский И.С. Информационные технологии в бизнесе: риски и возможности // *Этносоциум и межнациональная культура*. 2016. № 5 (95) С. 33-40.

3 Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 октября 2009 года № 1555-р // URL:<https://normativ.kontur.ru/document?documentId=163706&moduleId=1> (дата обращения – 11.06.2019 г.).

4 Шигонцева Е.В. Портал органов государственной власти Астраханской области как основной элемент системы регионального «электронного правительства» // *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2011. № 3-2. С. 236.

держки граждан и организаций по вопросам взаимодействия с органами исполнительной власти и органами местного самоуправления с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет» было обусловлено необходимостью запуска системы порталов государственных услуг, назначения ответственных за эксплуатацию федеральных государственных информационных систем Сводного реестра и Единого портала государственных и муниципальных услуг/функций, регламентацией ряда вопросов реализации электронного правительства.

Постановлением была одобрена Концепция Единой системы информационно-справочной поддержки граждан, которая координировала множество государственных информационных ресурсов и информационных ресурсов, с целью обеспечения единой информационно-справочной поддержки, как частных лиц, так и учреждений, относительно проведения согласования с органами государственной и муниципальной власти, оказания государственных услуг. Указанным Постановлением приняты Правила размещения сведений о государственных услугах (функциях) в Сводном реестре и Едином портале, позволяющем частным лицам и организациям готовить и размещать электронные запросы, с целью получения, как государственных услуг, так и результатов их предоставления, проведение оплаты за оказание услуг в электронной форме на основе единой системы межведомственного взаимодействия, способствующем усовершенствованию электронных услуг и их трансформации от стадии информирования к стадии интерактивного взаимодействия.

Единая система межведомственного электронного взаимодействия — это федеральная государственная информационная система с информационными базами данных, программными и техническими средствами, обеспечивающими согласованность информационных систем органов и организаций, для осуществления электронных государственных функций, возможность предоставления электронных государственных услуг и информационного взаимодействия при оказании этих услуг через систему межведомственного электронного взаимодействия<sup>5</sup>, основными задачами которой являются: электронные государственные функции и электронные государственные услуги, при использовании федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)», единая магистраль информационного взаимодействия, организуемая путем применения сервис — направленной архитектуры, комплекса электронных

---

5 Постановление Правительства РФ от 08.09.2010 N 697 (ред. от 28.11.2011) «О единой системе межведомственного электронного взаимодействия» (вместе с «Положением о единой системе межведомственного электронного взаимодействия») // URL: <http://www.referent.ru/1/180727/> (07.07.2019).

сервисов, построенных по общепринятым стандартам, с использованием единых технологических решений и стандартов, единых классификаторов и описаний структур данных.

К первостепенным функциям порядка межведомственного электронного взаимодействия относятся: ведение перечня электронных сервисов и политик безопасности; маршрутизация сообщений к оформленным, в установленном порядке, электронным сервисам и протоколирование входящих и исходящих как обращений так и сообщений; гарантированная доставка сообщений, осуществляемая за счет механизма повторных вызовов электронных сервисов при сбоях и обеспечение оповещения оператора системы межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) о сбоях в работе электронных сервисов; передача информации о событиях на СМЭВ по подписке, имеющим интерес пользователям (информационным системам); становление динамически разработанной статистики применения электронных сервисов<sup>6</sup>.

Система межведомственного электронного взаимодействия представляет механизм электронного правительства, она предоставляет возможность органам федеральной, региональной, местной власти, контроля и надзора в электронном виде передавать и обмениваться данными, необходимыми для оказания государственных услуг и позволяет реализовать принцип «одного окна» при их оказании населению. При обращении гражданина за государственной услугой и отсутствии у него какого-либо документа специалисты ведомства могут дополнить его через систему межведомственного электронного документооборота, играющего большую роль в межведомственном взаимодействии и федеральных информационных систем электронного документооборота — обмене электронными сообщениями между его участниками<sup>7</sup>, органами власти, обменивающимися документами и получающими информацию о ходе рассмотрения электронных сообщений исполнительной властью федерального уровня, осуществляющих порядок согласования электронных проектов нормативно-правовых актов.

Федеральный закон ФЗ от 10.01.2002 г. № 1 «Об электронной цифровой подписи»<sup>8</sup> и ряд нормативных документов, изданных в 2002 г., сформировали необходимую законодательную базу для создания и развития

6 Технологический портал «Электронное правительство. Госуслуги» // URL: <https://smev.gosuslugi.ru/portal/> (01.03.2013).

7 Постановление Правительства Российской Федерации от 22 сентября 2009 г. № 754 «Об утверждении Положения о системе межведомственного электронного документооборота» // Российская газета. 2009. 30 сентября.

8 Федеральный закон № 1-ФЗ от 10.01.2002 г. «Об электронной цифровой подписи» // [base.garant.ru/184059](http://base.garant.ru/184059) (03.04.2019)

защищенного, юридически значимого электронного документооборота, а также установили порядок представления налоговой и бухгалтерской отчетности через Интернет в налоговые органы. По мнению российских правоведов, государственные услуги, считаются государственными административными услугами и включают подготовку документов для государственных органов, их согласование и представительство и обладают такими признаками, как: индивидуальность предоставления; обращение получателей услуг в орган государственной власти; оказание услуги в государственном органе, при невозможности ее осуществления коммерческими или некоммерческими организациями<sup>9</sup>. Исследователи предлагают классификацию государственных услуг по следующим признакам: во-первых, по наличию предварительного результата (простая государственная услуга — обращение один раз в государственный орган исполнительной власти за оказанием государственной услуги, с конечным результатом; сложная государственная услуга - многократный запрос на оказание услуги в государственный орган исполнительной власти с получением промежуточного результата, который имеет индивидуальную ценность); во-вторых, по сущности результата (информационно-коммуникационные, финансовые, информационно-консультационные, выдача правоустанавливающих и право-подтверждающих документов); в-третьих, по состоянию предоставления (нормативно-устанавливающие, программные); в-четвертых, по заказчику (для физических и юридических лиц)<sup>10</sup>.

Различаются элементарные государственные услуги, которые могут быть запрошены гражданами, бизнесом или другими ведомствами, реализуемые в рамках взаимодействия с одним ведомством; элементарные и межведомственные государственные услуги, включающие несколько элементарных услуг, оказываемых разными ведомствами.

Если при классической форме оказания государственных услуг, без применения информационных технологий, органы государственного управления предпринимают усилия к тому, как лучше объяснить и разъяснить порядок оказания услуги и это приводит к блокированию непосредственно оказания услуги, или затягивает срок ее оказания, то с внедрением электронных услуг информация о порядке оказания услуги доступна широкому кругу пользователей посредством информационных ресурсов, что позволяет исключить необходимость знания гражданами внутренней

---

9 Хабриева Т.Я., Ноздрачев А.Ф., Тихомиров Ю.А. Административная реформа: решения и проблемы // Журнал российского права. 2006. № 2. С. 5.

10 Неделько С.И., Мурзина И.А., Егоров С.Н. Понятие государственной услуги как категории государственного управления // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. 2008. № 3. С. 8.

структуры органов государственной власти, свести к минимуму дублирование информации, максимизировать уровень удовлетворенности граждан осуществляемым обслуживанием, расширить взаимодействие органов государственной власти и граждан.

Формирование системы межведомственного электронного взаимодействия и системы межведомственного электронного документооборота позволило организовать единое информационное пространство на территории Российской Федерации, создать определенный универсальный информационный ресурс, доступный всем государственным органам власти в рамках их компетенции, содержащим всегда актуальную и достоверную информацию, что позволило исключить дублирование информации в системах государственных органов власти, создало условия для оперативного обновления информации и ускорило процесс взаимодействия этих органов как между собой так и с гражданами, в сфере предоставления государственных услуг, привело к повышению открытости, прозрачности в деятельности органов государственной власти, изменило характер властных отношений в обществе.

### Библиографический список:

- [1] Вознесенский И.С. Глобальное научно-экономическое сотрудничество на рынке информационных услуг // Этносоциум и межнациональная культура. 2012. № 8 (50). С. 125-129.
- [2] Вознесенский И.С. Информационные технологии в бизнесе: риски и возможности // Этносоциум и межнациональная культура. 2016. № 5 (95). С. 33-40.
- [3] Постановление Правительства Российской Федерации от 22 сентября 2009 г. № 754 «Об утверждении Положения о системе межведомственного электронного документооборота» // Российская газета. 2009. 30 сентября.
- [4] Постановление Правительства РФ от 08.09.2010 N 697 (ред. от 28.11.2011) «О единой системе межведомственного электронного взаимодействия» (вместе с «Положением о единой системе межведомственного электронного взаимодействия») // URL:<http://www.referent.ru/1/180727/> (07.07.2019).
- [5] Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 октября 2009 года № 1555-п // URL: <https://normativ.kontur.ru/document?documentId=163706&moduleId=1> (11.06.2019).
- [6] Терновая Л.О. Информационное общество: достижения, новые угрозы и риски // Информ-дискурс. Альманах. М.: РАГС, 2007. С. 26-29.
- [7] Терновая Л.О. Научная картина мира: ее информативный инвариант и его политические проявления // Ученые записки Института политики и деловых коммуникаций. М.: Международный издательский центр «Этносоциум», 2011. Выпуск 2. С. 3-7.
- [8] Терновая Л.О. Раздел II. Глава 4. Развитие глобального информационного пространства // Глобализация: учебник. М.: РАГС, 2008. С. 194-213.
- [9] Технологический портал «Электронное правительство. Госуслуги» // URL: <https://smev.gosuslugi.ru/portal/> (01.03.2013).
- [10] Шигонцева Е.В. Портал органов государственной власти Астраханской области как основной элемент системы регионального «электронного правительства» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2011. № 3-2. С. 236-239.
- [11] Федеральный закон № 1-ФЗ от 10.01.2002 г. «Об электронной цифровой подписи» // base.garant.ru/184059 (дата обращения – 03.04.2019 г.)
- [12] Хабриева Т.Я., Ноздрачев А.Ф., Тихомиров Ю.А. Административная реформа: решения и проблемы // Журнал российского права. 2006. № 2. С. 3-23.
- [13] Неделько С.И., Мурзина И.А., Егоров С.Н. Понятие государственной услуги как категории государственного управления // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. 2008. № 3. С. 3-11.

## References

- [1] Voznesensky I.S. Global scientific and economic cooperation in the market of information services // *Ethnosocium and interethnic culture*. 2012. № 8 (50). P. 125-129.
- [2] Voznesensky I.S. Information technology in business: risks and opportunities // *Ethnosocium and interethnic culture*. 2016. № 5 (95). P. 33-40.
- [3] Decree of the Government of the Russian Federation of September 22, 2009 No. 754 "On approval of the Regulation on the system of interdepartmental electronic document management" // *Russian newspaper*. 2009.30 September.
- [4] Decree of the Government of the Russian Federation of 08.09.2010 N 697 (as amended on 11/28/2011) "On the unified system of interagency electronic interaction" (together with the "Regulation on the unified system of interagency electronic interaction") // URL: <http://www.referent.ru/1/180727> (07.07.2019).
- [5] Order of the Government of the Russian Federation of October 17, 2009 No. 1555-p // URL: <https://normativ.kontur.ru/document?documentId=163706&moduleId=1> (06.11.2019).
- [6] Ternovaya L.O. Information society: achievements, new threats and risks // *Inform-discourse*. Almanac. M.: RAGS, 2007. P. 26-29.
- [7] Ternovaya L.O. The scientific picture of the world: its informative invariant and its political manifestations // *Uchenye Zapiski Institute of Politics and Business Communications*. M: International Publishing Center "Ethnosocium", 2011. Issue 2. P. 3-7.
- [8] Ternovaya L.O. Section II. Chapter 4. Development of the global information space // *Globalization: a textbook*. M.: RAGS, 2008. P. 194-213.
- [9] Technological portal "E-government. Government services" // URL: <https://smev.gosuslugi.ru/portal/> (03.01.2013).
- [10] Shigontseva E.V. The portal of public authorities of the Astrakhan region as the main element of the regional "electronic government" // *Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history*. Questions of theory and practice. 2011. № 3-2. P. 236-239.
- [11] Federal Law No. 1-FZ of January 10, 2002, On Electronic Digital Signatures // [base.garant.ru/184059](http://base.garant.ru/184059) (04.04.2019)
- [12] Khabrieva T.Ya., Nozdrachev A.F., Tikhomirov Yu.A. Administrative reform: solutions and problems // *Journal of Russian Law*. 2006. № 2. P. 3-23.
- [13] Nedelko S.I., Murzina I.A., Egorov S.N. The concept of public service as a category of public administration // *News of higher educational institutions*. Volga region. 2008. № 3. P. 3-11.

**Бадахова И.Т.**

*Кандидат исторических наук,  
доцент кафедры государственного и муниципального управления  
и политологии, Карачаево-Черкесский  
государственный университет имени У.Д. Алиева.*

**Джазева И.А.-А.**

*Кандидат исторических наук  
доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин,  
Северо-Кавказская государственная академия.*

**Кубанова М.Н.**

*Кандидат исторических наук,  
доцент кафедры всеобщей истории, Карачаево-Черкесский  
государственный университет имени У.Д. Алиева.*

**История взаимоотношений  
органов государственной власти и общества  
по оказанию электронных государственных услуг**

**Аннотация.** С развитием электронных средств массовой информации и информационных технологий были рассмотрены функции и роль информации в жизни общества, тенденции формирования информационного общества в глобальном масштабе, процессы взаимоотношений органов государственной власти и граждан, а информационные технологии определены как решающий фактор, влияющий на формирование социально-экономической основы нового общества.

**Ключевые слова:** органы государственной власти, граждане, информационные технологии, взаимоотношения государства и общества.

**Badakhova I.T.**

*Candidate of Historical Sciences,  
Associate Professor of the Department of State  
and Municipal Administration and Political Science,  
Aliyev's Karachay-Cherkess State University.*

**Dzhazaeva I.A.-A.**

*Candidate of Historical Sciences,  
Associate Professor of the Department of Philosophy  
and Humanities, North Caucasus State Academy.*

**Kubanova M.N.**

*Candidate of Historical Sciences,  
Associate Professor, Department of World History,  
Aliyev's Karachay-Cherkess State University.*

**The history of relations between  
public authorities and society  
for the provision of electronic public services**

**Abstract.** With the development of electronic media and information technologies, the functions and role of information in society, the trends in the formation of the information society on a global scale, the processes of relations between public authorities and citizens were considered, and information technologies are defined as a decisive factor affecting the formation of the socio-economic basis new society.

**Key words:** public authorities, citizens, information technology, relations between the state and society.

**Авдеев Б.А.**

Кандидат политических наук. Региональная общественная организация поддержки социальных программ города «Город – XXI век».

**Рябова Е.И.**

Юрист 2 класса, кандидат политических наук, доцент кафедры трудового права, права социального обеспечения и профсоюзных дисциплин Института экономики и права (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений» в г. Севастополе, руководитель научного и общественно-политического проекта «Альманах Крым».

## Территории роста: рынок региональных экономических форумов России\*

В Российской Федерации в последние два десятилетия появилось значительное число региональных экономических форумов, на которых обсуждается широчайший круг вопросов. Поучительно, что практика таких представительных собраний бизнеса, власти, региональных общественных организаций, представителей творческих профессий характерна лишь для России. В мире этот формат получил лишь очень ограниченное распространение. Однако в нашей стране эти форумы не только охватили значительную часть субъектов Российской Федерации, но и приобрели собственное организационное лицо<sup>1</sup>.

Классификация региональных инвестиционных форумов:

- форум-конкурс проектов
- форум-торжественное событие
- форум-конференция
- форум-выставка
- отраслевой форум
- неформатные форумы<sup>2</sup>.

Специалисты обоснованно заключают, что это уже не разрозненные и

---

1 Балацкий Е.В. Региональные инвестиционные форумы России: оценка привлекательности // Мир измерений. 2011. № 11 (129). С. 42-50.

2 Юревич М.А. Региональные инвестиционные форумы: разнообразие форм и содержания // Капитал страны. 2016. 23 марта // URL: [http://kapital-rus.ru/articles/article/regionalnye\\_investicionnye\\_forumy\\_raznoobrazie\\_form\\_i\\_soderzaniya](http://kapital-rus.ru/articles/article/regionalnye_investicionnye_forumy_raznoobrazie_form_i_soderzaniya).

---

\* © Авдеев Б.А., Рябова Е.И., 2019.

спорадические мероприятия, которые призваны демонстрировать успехи того или иного региона, а в полной мере новый и оригинальный рынок — рынок региональных экономических форумов. Множество признаков таких дискуссионных, переговорных, демонстрационных, торговых площадок позволяют их оценивать как специфический не только экономический (инвестиционный), но и политический институт. Об этом, в частности, говорят возможности использования таких форумов органами власти и институтами гражданского общества в качестве неформального инструмента проведения региональной политики.

Этот же вывод следует из анализа изменений причин возникновения движения по созданию региональных форумов. Если на первом этапе таковой был дефицит средств для нормального экономического развития регионов, то постепенно для некоторых (а со временем все большего числа) площадок более значимым становилось укрепление рынка инноваций. Однако главным условием доведения инициативы проведения форума до ее практического воплощения была и остается самостоятельность региональных властей в формировании политики развития территорий.

Пока срок развития данного института относительно невелик. И еще сложно делать выводы о его внутренней изменчивости, пластичности, отклике на внешние запросы. Однако можно сказать, что первоначальная концентрация форумов в крупных центрах, экономически преуспевающих регионах (например, в Санкт-Петербурге имеется четыре значимых форума), начинает расширяться, что, безусловно, способствует сокращению региональной асимметрии. Также есть признаки тенденции постиндустриализации, отказа от обсуждений вопросов промышленной политики и переход на дискуссии по инновационным проблемам развития регионов (Калужский экономический (индустриальный) форум трансформировался в Обнинский инновационный форум).

Названия форумов отражают изменения международного имиджа регионов. Так, после решения Международного Олимпийского Комитета в Гватемале в июле 2007 г. Международный экономический форум «Кубань», впервые проведенный в 2002 г., с 2007 г. был переименован в Международный инвестиционный форум «Сочи».

Что касается специфических черт такого нового института, как региональные форумы, то в первую очередь следует подчеркнуть его неформальный характер. Это означает, что данный институт не имеет четко очерченных полномочий и функций. Варьируются в зависимости от особенностей регионов и его задачи. Так, одна из главных задач региональных форумов заключается в привлечении инвестиций. В то же время оценивать эффективность форума лишь на основании суммы всех подписанных на нем деловых контрактов невозможно. Этот параметр ценен только анализируемый

в динамике. А срок существования региональных форумов в Российской Федерации слишком мал, чтобы делать выводы о подъеме или падении интереса к таким форумам.

Следует подчеркнуть, что характер политического института, региональным форумам придает их свойство выступать информационной площадкой для трансляции сообщений бизнес-сообществу, экспертному сообществу, организациям гражданского общества, другим регионам и, конечно, федеральному центру. Эта информация, обретая открытый характер, не позволяет, в частности, центральным органам власти дистанцироваться от решения региональных проблем.

В целом можно заключить, что форумы способствуют успешному поиску формата региональной политики, в полной мере отвечающего региональным потребностям. Они помогают регионам, налаживая связи власти и бизнеса, власти и гражданского общества, теоретиков и практиков, поддерживать баланс между конкуренцией и кооперацией. Являясь, по сути, инновационным политическим институтом, региональные форумы настраивают их участников, представителей политического и экономического процесса на инновационный стиль политики. Такой стиль предполагает учет необходимости проведения комплекса мероприятий по охране окружающей среды в целях регионального развития, что особенно актуально для мегаполисов и промышленных зон.

Ценность региональных экономических форумов состоит и в том, что содействуют развитию гражданского общества, СМИ, взаимоотношений между властью и бизнесом. На площадках поднимаются очень острые вопросы, почему региональные власти поддерживают коррупцию, в чем роль неправительственных организаций на региональном уровне, есть ли влияние олигархов на региональную экономику сейчас и чем оно было опасно в прошлом. Это лишь отдельные темы дискуссий, которые привлекли исключительно большое количество участников, что подтверждают тезис о необходимости жесткого разделения политической и экономической власти. Именно гражданское общество, независимые СМИ могут и должны выполнять функцию общественного контроля деятельности власти и бизнеса.

В России очень интенсивно идет формирование направления взаимодействия бизнеса с органами государственной власти — *Government Relations (GR)*. Поскольку в число задач GR входит выстраивание долгосрочной, комфортной, предсказуемой системы отношений с профильными для компании политическими стейкхолдерами, то форумы, на которых собираются многие такие стейкхолдеры, приобретают роль одной из главных площадок эффективной GR-коммуникации<sup>3</sup>.

3 Хлытчиев И.И. Экономические форумы в России как каналы эффективной GR-коммуникации // Власть. 2013. № 8. С. 63-67.

Особо значимым представляется то, что на формах рассматриваются вопросы регионального управления в связке с проблемами местного самоуправления. Это способствует пониманию путей выравнивания внутрирегиональных различий. Также важным результатом форумов может стать развитие туризма в регионе и региональных учреждений культуры.

Интернет-издание «Капитал страны» совместно с Торгово-Промышленной Палатой Российской Федерации в 2011 г. провели исследование и построили рейтинг региональных инвестиционных форумов в России. В основу рейтинга были положены семь основных критериев (факторов) оценки привлекательности каждого форума: узнаваемость, престижность, степень бюрократизированности, финансовая доступность, желательность участия, посещаемость, результативность участия (таблица 1).

**Таблица 1.** Рейтинг региональных инвестиционных форумов России, 2011<sup>4</sup>.

№	Название форума	Рейтинг
1	ПМЭФ – Петербургский международный экономический форум	100,0
2	Международный инвестиционный форум Сочи	88,6
3	Красноярский экономический форум	73,9
4	Международный Байкальский экономический форум	68,6
5	Международная инвестиционная конференция «Липецкая область: развитие через инвестиции»	62,9
6	Ивановский экономический форум «Золотое кольцо» (Международный текстильно-промышленный форум «Золотое кольцо»)	60,8
7	Петербургский российско-японский инвестиционный форум	60,6
8	Международный форум «Кавказская здравница. Инвестиции в человека» (Ставропольский край)	56,8
9	Ярославский инвестиционный форум «Технология регионального развития»	55,8
10	Тверской социально-экономический форум «Информационное общество»	55,6
11	Новосибирский инновационно-инвестиционный форум «Инновации и инвестиции в развитие»	55,6
12	Петербургский инвестиционный форум бизнес-лидеров «Инновации для бизнеса»	53,1

4 Источник: Портал Деловая Россия // URL: <http://russia-business.ru/page/show/articles/region/forum2011.html>.

13	Международный туристический форум «Visit Russia» (Ярославль)	51,2
14	Инвестиционный форум Пензенской области	48,2
15	Чебоксарский экономический форум	48,0
16	Алтайский экономический форум «Горный Алтай»	46,9
17	Деловой форум «Россия»	45,5
18	Астраханский региональный экономический форум	45,3
19	Обнинский инновационный форум (ранее Калужский экономический форум)	44,2
20	Зауральский Объединенный инвестиционный форум Республики Башкортостан и Челябинской области	40,8
21	Уральский инвестиционный форум	40,4
22	Волгоградский международный инвестиционный форум «Инвестиционный климат России»	40,0
23	Петербургский международный инвестиционный форум «Инвестиционный Петербург»	39,4
24	Арктический Мурманский международный экономический форум	36,6
25	Воронежский межрегиональный экономический форум	34,9
26	Пермский экономический форум	34,5
27	Инвестиционный форум «Удмуртия»	30,7
28	Курганский инвестиционно-экономический форум «Шадринск»	29,5
29	Международный экономический форум «Инновации и инвестиции в Кировской области»	29,3

К сожалению, это исследование проводилось в самом начале 2010-х гг. Поэтому оно не включило новые форумы, которые проводятся сейчас в российских регионах. Например, после воссоединения Крыма с Россией на карте региональных экономических форумов России в 2015 г. появился Ялтинский международный экономический форум (ЯМЭФ). Показательно, что исключительно быстро ЯМЭФ вошел в четверку крупнейших экономических форумов Российской Федерации наряду с Петербургским экономическим форумом, Восточным экономическим форумом и Российским инвестиционным форумом в Сочи. Организаторами Форума выступают: Правительство Республики Крым, Фонд «Ялтинский международный экономический форум» при поддержке Администрации Президента Российской Федерации. Основной площадкой Форума является отель *MRIYA*

RESORT&SPA, но ряд мероприятий проходит в известнейших исторических местах — Ливадийском и Воронцовском дворцах. Генеральный партнер Ялтинского международного экономического форума — банк РНКБ. Стратегический партнер — Фонд «Спорт». Официальные партнеры: Банк «Россия», Фонд Академии Российского телевидения, *VL Group*, Группа компаний «Гранель», АО «АБ «Россия», ООО «Столица», ОАО «Центрдорстрой», АО «ВАД», АО «ОЭК», АО «Международный аэропорт «Симферополь», при поддержке ГУП РК «Крымэнерго». Участниками форума являются владельцы и руководители российских и иностранных компаний, политики разных стран мира, министры Правительства РФ, губернаторы, высшие руководители Республики Крым и города Севастополя, предприниматели Крыма. Миссия Форума — создать условия для притока инвестиций в Свободную экономическую зону (СЭЗ) в Крыму, содействовать экономическому развитию Крыма вопреки негативному эффекту санкций и способствовать интеграции региона в состав России.

17 – 20 апреля 2019 г. состоялся уже V Ялтинский международный экономический форум. Его главная тема: «Мир. Россия. Крым. Новая мировая реальность». Число участников Форума превысило 4,5 тысячи человек из около 100 стран мира. По итогам Форума было заключено более 102 соглашений на 215 миллиардов рублей с созданием 1700 рабочих мест<sup>5</sup>. Из-за того, что на Крым наложены санкции, некоторые сделки были заключены в закрытом режиме. Однако участники форума договорились сотрудничать в сферах пищевой промышленности, воздушного транспорта, строительства жилья, туризма. Форум завершился Ялтинской конференцией в Ливадийском дворце, где были обсуждены санкции и их влияние на жизнь не только Крыма и России, но и других государств.

Ялтинский международный экономический форум организуется на юге России и потому во многом может равняться на Российский инвестиционный форум в Сочи. В феврале 2018 г. на этом форуме в ходе двухдневной деловой программы состоялось 55 мероприятий, структурированных по трем направлениям: «Бизнес в регионах. Придать новый импульс»; «Улучшая качество жизни»; «Новая региональная политика: совершенствуя управление».

В преддверии Форума на его площадках впервые были организованы мероприятия Дня молодежного предпринимательства. На 15 сессиях затрагивались такие актуальные вопросы, как защита интеллектуальной собственности, правовые тонкости использования криптовалют, возможности для молодежи в цифровой экономике. Завершились мероприятия пленарной сессией «Новая экономика: потенциал молодежного предпринимательства», на которой обсудили роль молодежи как двигателя инно-

5 Участники ЯМЭФ-2019 заключили сделки на 215 млрд рублей // URL: <https://riafan.ru/1171959-uchastniki-yamef-2019-zaklyuchili-sdelki-na-215-mlrd-rublei>.



Логотип Ялтинского международного экономического форума.

вационного творчества и носителя интеллектуального потенциала в эпоху четвертой промышленной революции.

Форум проходит на площадке Главного медиацентра Олимпийского парка Сочи, общей площадью более 150 тыс. кв. м. Участниками Форума были обсуждены вопросы новой региональной политики и бизнеса, результаты создания инновационных кластеров и улучшение качества жизни, цифровой экономики, финансирования инфраструктурных проектов, проектное управление. Проведение профессиональных дискуссий на панельных сессиях и круглых столах обеспечили более 500 спикеров и модераторов.

Для участников и гостей Форума работала выставка инвестиционных проектов. На ее стендах были представлены реальные проекты, находящиеся в инвестиционной и эксплуатационной фазах проектного цикла. Свои инвестиционные возможности продемонстрировали 52 субъекта России. Самый масштабный региональный стенд у Краснодарского края, на котором муниципалитеты Кубани подготовили порядка 440 инвестиционных предложений. Новинкой была специальная коммуникационная площадка — кейс-зона, где участники получили возможность презентовать свой инвестиционный проект перед отечественными и зарубежными инвесторами, познакомиться с актуальными мировыми тенденциями. Впервые на Форуме был реализован новый формат мероприятия — «Открытый диалог с губернатором». Благодаря этому, на площадке кейс-зоны посетители — представители бизнеса, госструктур, инвестиционных компаний и СМИ — смогли принять участие в неформальных беседах с главами субъектов о возможностях развития бизнеса в регионе, инвестиционной экосистеме и планах на будущее.

Также появилась лаборатория НКО — новая инновационная социальная платформа Фонда «Росконгресс» для продвижения и поддержки развития системной благотворительности в России и консолидации некоммерческого сектора на международном уровне. Лаборатория НКО — это пространство, посвященное деятельности российской благотворительности: место для презентаций успешных и инновационных проектов, коворкинг для обмена идеями и компетенциями.

Для глав регионов организаторы Форума предоставили особый сервис — Гостиную губернаторов. В новом переговорном комплексе прошла 81

встреча глав субъектов с участниками и гостями мероприятия в неформальной обстановке. На площадке Форума работала гостиная «Росконгресс», где прошло более 40 деловых встреч с представителями бизнеса и профильными министерствами регионов России, а также состоялись церемонии подписания соглашений о сотрудничестве.

За время работы Форума было подписано 538 соглашений и протоколов о намерении на общую сумму 794,057 млрд рублей (учтены соглашения, сумма которых не является коммерческой тайной)<sup>6</sup>.

Ценным можно считать, что идея региональных экономических форумов нашла отклик у партнеров России по Евразийском экономическому союзу (ЕАЭС). Всемирный армянский конгресс и Союз армян России при содействии Евразийской экономической комиссии, предпринимательского совета ЕАЭС и правительства РА 5-8 октября 2016 г. организовали в Ереване первый Евразийский региональный экономический форум под девизом «Евразийский союз: новые возможности сотрудничества и сплочения бизнес-сообщества». Это международный экономический форум, цель которого – стимулировать экономическое развитие Армении как страны, находящейся в важном узле региона посредством реализации инвестиций со стороны крупных зарубежных корпораций и экономических программ. Основной миссией форума является формирование информационно-дискуссионной платформы для сотрудничества между Евразийским экономическим союзом, СНГ, БРИКС, ШОС, а также между бизнес-средой стран Евросоюза. В работу форума будут вовлечены представители государственных и частных компаний, в том числе малых и средних предприятий, инвесторы, финансовые структуры, эксперты, ученые, аналитики, представители государственных и общественных кругов. В форуме приняли участие представители государственных и деловых кругов стран Евразийского экономического союза – России, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Армении. Приглашены бизнесмены из Китая, Южной Кореи, Японии, Индии, Ирана, Грузии, из стран Евросоюза (Франции, Великобритании, Германии, Италии), а также из США, Канады, Бразилии, Аргентины и других государств.

В рамках двухдневного экономического форума были проведены пленарные заседания, а также шла работа по секциям и «круглые столы» по следующим основным направлениям:

- ЕАЭС: новые возможности двустороннего и многостороннего сотрудничества бизнес-сообществ;
- Таможенно-тарифные и нетарифные урегулирования и защита внутреннего рынка в контексте привлекательности бизнес-среды стран-членов ЕАЭС;

6 Туманова О. Соглашения на сумму в триллион рублей заключили в рамках Форума «Сочи 2019» // Российская газета. 2019. 16 февраля.

- Техническое регулирование, санитарные, фитосанитарные и ветеринарные мероприятия в контексте привлекательности бизнес-среды стран-членов ЕАЭС;
- Транспортные узлы «Шелковый путь»;
- Энергетика и энергоинтеграция;
- Научные и инновационные технологии;
- Армения: стратегия развития и инновационные возможности;
- Армения: плодородный рай.

За очень короткий отрезок времени региональные экономические форумы превратились в особый экономический проект, который служит решению многих задач регионального развития страны, сближая очень разные территории, их бизнес, власти, средства массовой информации, организации гражданского общества. Такие площадки привлекают с каждым годом все большее число зарубежных партнеров, позволяя им увидеть разнообразие хозяйств и укладов регионов, наладить с ними не только экономическое, но и культурное сотрудничество, туристические связи. Благодаря таким мероприятиям Российская Федерация не только решает внутриэкономические проблемы, касающиеся преодоления неравномерности развития территорий, но и внешнеполитические задачи, формируя более корректный имидж государства, отличающегося широчайшим многообразием местного опыта и умеющим это ценить и использовать.

### Библиографический список:

- [1] Балацкий Е.В. Региональные инвестиционные форумы России: оценка привлекательности // Мир измерений. 2011. № 11 (129). С. 42-50.
- [2] Портал Деловая Россия // URL: <http://russia-business.ru/page/show/articles/region/forum2011.html>.
- [3] Туманова О. Соглашения на сумму в триллион рублей заключили в рамках Форума «Сочи 2019» // Российская газета. 2019. 16 февраля.
- [4] Участники ЯМЭФ-2019 заключили сделки на 215 млрд рублей // URL: <https://riafan.ru/1171959-uchastniki-yamef-2019-zaklyuchili-sdelki-na-215-mlrd-rublei>.
- [5] Хлытчиев И.И. Экономические форумы в России как каналы эффективной GR-коммуникации // Власть. 2013. № 8. С. 63-67.
- [6] Юревич М.А. Региональные инвестиционные форумы: разнообразие форм и содержания // Капитал страны. 2016. 23 марта // URL: [http://kapital-rus.ru/articles/article/regionalnye\\_investicionnye\\_forum\\_raznoobrazie\\_form\\_i\\_soderjaniya](http://kapital-rus.ru/articles/article/regionalnye_investicionnye_forum_raznoobrazie_form_i_soderjaniya).

### References

- [1] Balatsky E.V. Regional Investment Forums in Russia: Assessment of Attractiveness // World of Measurements. 2011. № 11 (129). P. 42-50.
- [2] Business Russia Portal // URL: <http://russia-business.ru/page/show/articles/region/forum2011.html>.
- [3] Tumanova O. Agreements in the amount of one trillion rubles were concluded within the framework of the Sochi 2019 Forum // Rossiyskaya Gazeta. 2019.16 February.
- [4] Participants at YIEF-2019 concluded transactions worth 215 billion rubles // URL: <https://riafan.ru/1171959-uchastniki-yamef-2019-zaklyuchili-sdelki-na-215-mlrd-rublei>.
- [5] Khlytchiev I.I. Economic forums in Russia as channels of effective GR communication // Power. 2013. № 8. P. 63-67.
- [6] Yurevich M.A. Regional investment forums: a variety of forms and contents // Capital of the country. 2016. March 23 // URL: [http://kapital-rus.ru/articles/article/regionalnye\\_investicionnye\\_forum\\_raznoobrazie\\_form\\_i\\_soderjaniya](http://kapital-rus.ru/articles/article/regionalnye_investicionnye_forum_raznoobrazie_form_i_soderjaniya).

**Авдеев Б.А.**

*Кандидат политических наук. Региональная общественная организация поддержки социальных программ города «Город – XXI век».*

**Рябова Е.И.**

*Юрист 2 класса, кандидат политических наук, доцент кафедры трудового права, права социального обеспечения и профсоюзных дисциплин Института экономики и права (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений» в г. Севастополе, руководитель научного и общественно-политического проекта «Альманах Крым».*

**Территории роста: рынок региональных экономических форумов России**

**Аннотация.** В статье рассмотрен уникальный опыт России по организации региональных экономических форумов, насчитывающих около двух десятилетий. За этот относительно небольшой исторический период эти площадки превратились в мощный инструмент продвижения региональных экономических проектов. Сложился особый рынок региональных экономических форумов. Они стали привлекательной для молодых предпринимателей и для налаживания GR-коммуникаций.

**Ключевые слова:** регион, экономический форум, инвестиции, стейкхолдеры, GR-коммуникации.

**Avdeev B.A.**

*Candidate of Holitical Sciences. Regional public organization to support social city programmes "The city in the XXI century".*

**Ryabova E.I.**

*2nd Class Lawyer, Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of theoretical and public law courses, Institute of Economics and Law (affiliate) educational institutions of higher education unions «Academy of Labor and Social Relations» in Sevastopol.*

**Territories of growth: the market of regional economic forums in Russia**

**Abstract.** The article describes the unique experience of Russia in organizing regional economic forums with about two decades. During this relatively short historical period, these sites have become a powerful tool for promoting regional economic projects. There is a special market for regional economic forums. They have become attractive for young entrepreneurs and for the establishment of GR-communications.

**Key words:** region, economic forum, investments, GR-communications, stakeholders.

# Этнография, этнология и антропология

## *Ethnography, ethnology and anthropology*

**Миронова Т.А.**

*старший преподаватель, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ).*

### **Типология российского студенчества как отражение каналов его политической коммуникации: сто лет назад и сейчас\***

Ни для кого не является секретом, что образование выступает одним из основных двигателей собственного развития. И чем выше образованность социума, тем, как правило, не только более благоустроена его жизнь, но и богаче, разнообразнее возможности каждого индивида. Программа развития ООН (ПРООН) выводит рейтинг стран мира по уровню образования. В 2018 г. первые десять позиций в тем были представлены следующим образом (таблица 1).

**Таблица 1.** Рейтинг стран мира по уровню образования<sup>1</sup>.

**United Nations Development Programme: Education Index 2018.**

РЕЙТИНГ	СТРАНА	ИНДЕКС
1	Германия	0.940
2	Австралия	0.929
3	Дания	0.920
4	Ирландия	0.918
5	Новая Зеландия	0.917
6	Норвегия	0.915

<sup>1</sup> Рейтинг стран мира по уровню образования // URL: <https://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info>.

7	Великобритания	0.914
8	Исландия	0.912
9	Нидерланды	0.906
10	Финляндия	0.905

Россия в этом рейтинге находилась на 32-м месте, получив 0.832 балла, которые рассчитывались, исходя из индекса грамотности взрослого населения (2/3 веса) и индекса совокупной доли учащихся, получающих начальное, среднее и высшее образования (1/3 веса).

Также имеется рейтинг национальных систем высшего образования (*U21 Ranking of National Higher Education Systems*) — глобальное исследование и сопровождающий его рейтинг, измеряющий достижения стран мира в сфере высшего образования по версии международной сети университетов *Universitas 21*. Этот рейтинг рассчитывается по методике Института прикладных экономических и социальных исследований Университета Мельбурна, Австралия, и оценивает национальные системы высшего образования по 24 основным показателям, объединенным в четыре группы:

Ресурсы (инвестиции со стороны частного и государственного секторов) — 25%.

Результаты (научные исследования, научные публикации, соответствие высшего образования потребностям национального рынка труда, включая последующее трудоустройство выпускников учебных заведений) — 40%.

Связи (уровень международного сотрудничества, который демонстрирует степень открытости или замкнутости системы высшего образования) — 10%.

Среда (государственная политика и регулирование, возможности получения образования) — 25%<sup>2</sup>.

В данном рейтинге первая десятка государств представлена следующим образом (таблица 2)<sup>3</sup>.

В этом рейтинге Россия находится на 33-месте, имея индекс 49,9. С одной стороны, данная позиция прямо показывает, что есть необходимость усилить работу Российского государства по отмеченным выше позициям, а именно: инвестициям в высшее образование со стороны частного и государственного секторов; научные исследования, международное сотрудничество, государственной политике и регулированию. Но есть и другая сторона, которая в данном рейтинге не выражена открыто, а касается тех, кого готовит высшая школа.

2 Рейтинг национальных систем высшего образования // URL: <https://gtmarket.ru/ratings/u21-ranking-of-national-higher-education-systems/info>.

3 Там же.

Таблица 2. Рейтинг национальных систем высшего образования.

Universitas 21: Ranking of National Higher Education Systems 2017.

РЕЙТИНГ	СТРАНА	ИНДЕКС
1	Соединенные Штаты Америки	100
2	Швейцария	86.9
3	Великобритания	85.5
4	Дания	83.5
5	Швеция	83.4
6	Сингапур	80.8
7	Канада	80.2
8	Нидерланды	80.0
9	Финляндия	79.9
10	Австралия	79.6

Социологами Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) несколько лет назад было проведено исследование, как, с точки зрения граждан России, меняется, по формулировке авторов, «ситуация в студенчестве». Специалистов интересовали такие аспекты, как материальное положение студентов, уровень профессиональной подготовки выпускников, общий культурный уровень и кругозор учащихся вузов, их отношение к учебе и стремление получать знание. Задавались вопросы о преподавателях и их отношении к работе, о возможностях для выпускника вуза найти работу по специальности, а также о том, стало ли молодым специалистам легче получить высокооплачиваемую работу<sup>4</sup>.

В ответах студентов социологий обнаружили оптимизм. Респонденты были уверены, что сильнее всего меняется к лучшему культурный уровень учащихся вузов: 42% студентов считали, что он повышается, но при этом 22% имели противоположное мнение. Те россияне, которые сами в вузе не учатся, но имеют студентов-родственников, высказали совсем иное мнение: 35% из них считали, что с культурой в вузах дело обстоит плохо; а 28% увидели изменения к лучшему. Любопытно, что самые плачевные результаты показал опрос тех, в кто за студентами наблюдал издали и со стороны. Среди них только 34% считали, что в этой сфере нет никаких изменений, а 26% отметил перемены к худшему. И только 15% заявили, что студенты стали культурнее и умнее.

4 Добрынина Е. Социологи опросили россиян о высшем образовании // Российская газета. 2013. 24 января.

Со времен вагантов за студентами закрепилось определение «бедный». Однако в данной области социологи отметили положительные сдвиги. Это вывод они сделали на том основании, что 34% опрошенных студентов сказали, что их материальное положение стало лучше. При этом родственники студентов разделяют такую точку зрения несколько реже — только четверть респондентов из этой группы. Для стороннего наблюдателя ничего не изменилось, по их мнению, как студенты бедными были, так и остались. Хотя 15% увидели, что студенты разбогатели.

Одним из самых важных был вопрос о цели обучения в вузе, достигнута ли она, изменился ли к лучшему уровень профессиональной подготовки студентов. 34% самих студентов ответили на эти вопросы положительно. А 40% членов семей учащихся вузов считают, что профессиональные знания в вузах стали давать гораздо хуже, чем раньше. Лишь 24% респондентов этой группы увидели сдвиги к лучшему. Среди тех респондентов, которые студентов в ближнем окружении не имеют, только 12% констатировали наличие в сфере их профессиональной подготовки позитивных перемен, треть никаких изменений не видела, а 28% заявили, что есть тенденция к ухудшению положения.

Опрос также показал, как трансформировалось отношение студентов к учебе. 36% студентов увидели его улучшение, а 34%, наоборот, ухудшение. Те же респонденты, которые наблюдали за студентами из дома или со стороны, видели позитив намного реже: 30 и 15% соответственно.

Любопытно, что единодушие студентов, их родственников и сторонних наблюдателей было проявлено в ответах на вопрос о судьбе выпускников высшей школы. Студенты в большинстве случаев отмечали перемены к худшему. Таковых было 47% опрошенных. И в двух остальных группах различия процентов были небольшими: 53 и 41% соответственно. Но шансы найти не просто работу, а дело, за которое платят по высоким расценкам, все также солидарно оценили как весьма низкие. Среди сторонних наблюдателей таких нашлось всего 6%. От 42 до 55% респондентов считали, что в будущем ждать перемен к лучшему бессмысленно.

Вероятно, достаточно большой разброс показателей обусловлен и тем, что в студенческой среде можно встретить самые разные типы учащихся. Причем такая типология имеет достаточно устойчивые характеристики на протяжении довольно длительного периода. По нашему мнению, можно говорить о том, что некоторые черты современной типологии студентов были замечены еще в начале прошлого столетия талантливым русским карикатуристом Владимиром Федоровичем Кадулиным (Наядиным). Современные коллекционеры насчитали около сотни открыток, на которых изображены студенты, курсистки, гимназисты и гимназистки

тех лет. Карикатурист разделил студентов по национальности, по специальности. Также Кадулин изобразил множество сюжетов, посвященных различным бытовым ситуациям, в которых оказываются незадачливые студенты, приобретая практические знания по специальности. Сам художник с 1902 г. получал творческое образование в Московском училище живописи, ваяния и зодчества. А доучиваться он перебрался в Киевское художественное училище. Но будучи нерадивым студентом, в 1905 г. он сорвал сдачу экзаменов и был отчислен «по причине непосещения». Однако незаконченное высшее образование не помешало Кадулину добиться успеха. Его рисунки были нарасхват, открытки с изображениями студентов в период с 1910 по 1915 г. переиздавались киевским издательством «Рассвет» несколько раз.

Следует специально подчеркнуть, что серия карикатур Кадулина пришла на тот период Отечественной истории, в которой из-за повышенной революционной активности несколько ослабла цензура. И серию рисунков о студентах можно рассматривать как часть политических карикатур того времени, в которых не щадились даже самые высокопоставленные чиновники. Связи здесь очевидны. Во-первых, студенты при наличии значительной части выходцев из разночинной массы, принадлежали к элите общества. Не случайно, за ними закрепился термин «белоподкладочники», отражающий цвет подкладки студенческого мундира, явно требующий внимания к чистоте, а, следовательно, наличия средств для заботы о ней. Во-вторых, студенческая среда не только в России, но и повсеместно отличалась исключительно высокой политизированностью. Причем студенты даже праздники могли превратить в акции политического протеста, в которых в той или иной степени участвовали профессора и выпускники<sup>5</sup>. К сожалению, никаких сведений о творчестве этого художника после 1917 г. не сохранилось.

Посмотрим на некоторые типажи из карикатур Кадулина, чтобы сопоставить их с типологией студенчества начала XXI в. Понятно, что, даже озаглавив свою серию открыток как «Типы студентов», Кадулин не смог очень жестко провести грани между их типологией по отношению к учебе, по профилю подготовки или по национальностям. Но общие тенденции угадываются. И что примечательно, мы и сейчас можем увидеть некоторые из подмеченных художником черт, например, у студентов-отличников, которые на его открытках названы «академистами», или у студентов, придерживающихся национальной или социал-демократической политической ориентации. Еще больше совпадений с со-

5 Терновая Л.О. Студенческий корпоративизм: испытания на прочность: монография. М.: ИНФРА-М, 2019; Шевырев А.П. Почему студенческие уличные гулянья в 1860-1890х годах превратились в политические протесты // Родина. 2019. 1 марта.

временной типологией мы найдем при анализе открыток, посвященных конкретным специальностям, по которым обучались студенты. Причем художник весьма четко выдел даже разницу внутри профилей подготовки, например, юридического или медицинского. И эти различия во многом определялись особенностью той сферы, в которой студенту, в случае успешного окончания учебного заведения предстояло учиться и общаться с соответствующим окружением, которое уже во время учебы многие из студентов копировали. Итак, обратимся к типологии студентов начала XX в.:

### I. По отношению к учебе



II. По профилю подготовки





### III. По национальности



### IV. По месту расположения университета



## V. По политической ориентации



Проблема типология личности студента актуальная и сейчас<sup>6</sup>. Что же изменилось почти за столетие? Как это ни покажется странным, факторы, которые определяют социально-психологический портрет студента и влияют на успешность его обучения в вузе остались теми же, что и столетие назад. Это — фактор багажа, с которым студент пришел учиться в высшей школе: уровень подготовки, система ценностей, отношение к обучению, информированность о реалиях высшего образования, представления о будущей профессии. И второй фактор — способность вузовской среды влиять на формирование личности студента.

В зависимости от этих факторов специалисты разделяют студентов на три категории: ориентированных на высшее образование как средство получения на профессии; ориентированных на бизнес; неопределившихся в своей будущей модели из-за проблем личного или бытового плана. Эта типология включает в себя как студентов, обучающихся на бюджетной основе, так и на коммерческой.

Однако, исходя из такого деления, некоторые авторы также видят среди студентов, которых они относят к типу «предпринимателей» и «эмигрантов». Последние настроены на обучение за рубежом и работу там же.

Еще одна типология основана на отношении к учебе. Отметим, что именно такой подзаголовок присутствует на некоторых открытках Кадули-

6 Педагогика и психология высшей школы: Учебное пособие / Отв. ред. М.В. Буланова-Топоркова. Ростов н/д:Феникс, 2002.

на. Здесь выделяется три типа студентов: с комплексным подходом к целям и задачам обучения в вузе; четкой ориентацией на узкую специализацию; усваивающих знания и приобретающих навыков только в границах учебной программы.

Можно сказать, что такая типология практически вечная. Поэтому в силе останется подход к типологии студенчества известного советского социолога В.Т. Лисовского, предложенный им еще в 1990 г.<sup>7</sup> Он тогда взял за отправную точку анализа практическую деятельность. И выбрал четыре группы качеств, наиболее полно характеризующих студента. Это ориентация на: первое — учебу, науку, профессию; второе — общественно-политическую деятельность (активную жизненную позицию); третье — культуру (высокую духовность); четвертое — коллектив (общение в коллективе).

На этой основе Лисовским была разработана типология студентов, состоящая из одиннадцати позиций:

1. «Гармоничный» студент выбирает специальность осознанно, учится хорошо, активно участвует в научной и общественной работе.

2. Студент-«профессионал» обладает теми же качествами но более нацелен на послевузовскую практическую деятельность.

3. «Академик» ориентируется на продолжение учебы в аспирантуре.

4. «Общественника» отличает стремление к общественной деятельности.

5. «Любитель искусств» устремлен в сферу творчества.

6. «Старательный» студент учится добросовестно, прилагая максимум усилий, что часто ограничивает его активность в других областях.

7. «Средняк» учится, не прилагая особых усилий, чем, как ни странно, гордится.

8. «Разочарованным» движет лишь понимание того, что начатую учебу надо завершить получением диплома о высшем образовании.

9. «Лентяи» обычно собой довольны, потому как их интерес находится не в учебе, а в досуге, сферу которого они расширяют за счет пренебрежения учебой.

10. «Творческий» студент в отличие от «академика» более ищущий, потому, как правило, и учится неровно, пи научные интересы его проявляются также, то вспыхивая, то угасая.

11. «Богемный» студент сейчас часто сравнивается с мажором.

Нетрудно заметить, что за столетие типология студентов не претерпела серьезных изменений. И это несмотря на резкие перемены в общественно-политической жизни и экономике. Из такой картины следует,

7 Лисовский В.Т. Советское студенчество: Социологические очерки. М.: Высшая школа, 1990.

что каналы коммуникации студенческой молодежи по-прежнему достаточно узкие и направляемые в основном моделью авторитарного образования. Естественно, периодически студенты стремятся из таких рамок выйти. Иногда эти выходы небольшие и индивидуальны. Именно их ярко отобразил Кадулин на своих открытках. Но бывают выходы за эти рамки не просто массовыми, но и резкими. По своей силе они способны нанести серьезный удар по политической системе. Так, события Красного мая в Париже в 1968 г. исследователи называют первой «цветной революцией». Три десятилетия назад в результате «бархатных», «тихих», «осенних» революций в Восточной Европе рухнул социализм. Есть и примеры, связанные с «арабской весной» уже в XXI в.

Из всего этого следует, что знание типологии студенчества, отнесение каждого молодого человека, обучающегося в высшей школе, помогает находить и ему самому, и педагогам, и общественным структурам, ту форму политической коммуникации, которая способна стать ярким дополнением к учебе и внести не менее весомый вклад в его формирование как будущего специалиста. А с этим возможен и обратный эффект: российское высшее образование сможет войти в десятку наиболее продуктивных моделей высшего образования в мире.

### **Библиографический список:**

- [1] Добрынина Е. Социологи опросили россиян о высшем образовании // Российская газета. 2013. 24 января.
- [2] Лисовский В.Т. Советское студенчество: Социологические очерки. М.: Высшая школа, 1990. 302 с.
- [3] Педагогика и психология высшей школы: Учебное пособие / Отв. ред. М.В. Буланова-Топоркова. Ростов н/д:Феникс, 2002. 544 с.
- [4] Рейтинг национальных систем высшего образования // URL: <https://gtmarket.ru/ratings/u21-ranking-of-national-higher-education-systems/info>.
- [5] Рейтинг стран мира по уровню образования // URL: <https://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info>.
- [6] Терновая Л.О. Студенческий корпоративизм: испытания на прочность: монография. М.: ИНФРА-М, 2019. 383 с.
- [7] Шевырев А.П. Почему студенческие уличные гулянья в 1860-1890х годах превратились в политические протесты // Родина. 2019. 1 марта.

### **References**

- [1] Dobrynina E. Sociologists interviewed Russians about higher education // Rossiyskaya Gazeta. 2013.24 January.
- [2] Lisovsky V.T. Soviet students: Sociological essays. M.: Higher School, 1990.302 p.
- [3] Pedagogy and psychology of higher education: Textbook / Ed. ed. M.V. Bulanova-Toporkova. Rostov n / a: Phoenix, 2002. 544 p.
- [4] Rating of national higher education systems // URL: <https://gtmarket.ru/ratings/u21-ranking-of-national-higher-education-systems/info>.
- [5] Rating of the countries of the world by level of education // URL: <https://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info>.
- [6] Ternovaya L.O. Student corporatism: strength tests: monograph. M.: INFRA-M, 2019. 383 p.
- [7] Shevryev A.P. Why student street festivities in the 1860-1890s turned into political protests // Homeland. 2019.1 March.

Миронова Т.А.

Старший преподаватель,  
Московский автомобильно-дорожный  
государственный технический университет (МАДИ).

**Типология российского студенчества  
как отражение каналов его политической коммуникации:  
сто лет назад и сейчас**

**Аннотация.** Автор прослеживает изменения в типологии российского студенчества за столетие, используя разные источники. Одним из самых ярких является серия открыток художника Кадулина, выпущенная в начале XX в. под названием «Типы студентов». Однако все кардинальные социально-политические перемены в нашей стране не привели за сто лет к коренному изменению в типологии вузовской молодежи. Это во многом обусловлено характером самого высшего образования.

**Ключевые слова:** высшее образование, российское студенчество, политическая коммуникация, история, социология, типология.

Mironova T.A.

Senior Lecturer, Moscow Automobile  
and Road Construction University.

**Typology of Russian students  
as a reflection of the channels of its political communication:  
a hundred years ago and now**

**Abstract.** The author traces changes in the typology of Russian students over the century, using different sources. One of the most striking is the series of postcards by the artist Kadulin, released at the beginning of the 20th century titled «Types of Students.» However, all the fundamental socio-political changes in our country did not lead in a hundred years to a fundamental change in the typology of university students. This is largely due to the nature of higher education itself.

**Key words:** higher education, Russian students, political communication, history, sociology, typology.

**Терновая Л.О.**

*Доктор исторических наук, профессор, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет.*

**История «конфетной» агитации:  
от повседневности до геополитики\***

«Когда вещь становится привычной, как конфетный фантик, мы перестаем ее замечать, не видим необходимости над ней задумываться, даже если она — произведение искусства». Так начинается книга Александра Гениса «Фантики»<sup>1</sup>. Название символично. К фантикам можно относиться как к пустякам, безделице. Но в них можно видеть еще и отражение картины мира, причем горизонты этой картины можно раздвигать очень широко, поскольку история конфет, включая их названия и оформление, охватывает географию всего земного шара<sup>2</sup>. Однако не только пространственный ракурс дает основание рассматривать все, связанное с конфетами, в геополитическом ключе. Современная геополитика давно вышла за рамки силового измерения потенциала геополитических соперников, вобрав в себя богатейший арсенал оценок «мягкой силы», которая предполагает достижение тем или иным участником международных отношений поставленных целей не путем принуждения других геополитических акторов, а в результате создания собственного привлекательного образа, завоевания их симпатии и доверия<sup>3</sup>.

В наборе «мягкой силы» присутствуют средства культуры и искусства, олицетворяющие ценностную инвестицию каждого государства в развитие человеческой цивилизации. Не менее заметно влияние продуктов культуры потребления, доходящих до людей богатых и бедных, образованных и неграмотных, старых и молодых, живущих в мегаполисах и деревнях и т.д. Такие предметы составляют часть их повседневного бытия, помогают формировать картину мира и наполнять ее приятными или отталкивающими впечатлениями. Большинство из таких предметов несет помимо прямого

---

1 Генис А.А. Фантики. М.: Астрель: CORPUS, 2010 // URL: [https://royallib.com/book/genis\\_aleksandr/fantiki.html](https://royallib.com/book/genis_aleksandr/fantiki.html).

2 Терновая Л.О. Геополитика в шоколаде // Государственная служба. 2017. № 4. С. 90-95.

3 Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2005.

утилитарного предназначения геополитический образ. И чем позитивнее полученная эмоция, тем действеннее влияние этого послания. И здесь сложно найти конкурента сладостям по эффективности проникновения в сознание простого человека, что и подтверждается историей конфет, которую можно с полным правом назвать сладким вкладом в «мягкую силу».

Началась эта история, естественно, с изобретения самого продукта. В средневековой латыни слово *confectus* было причастием от латинского *conficere*, что означало «приготавливать, варить». Этот продукт возник задолго до рождения современного термина. Еще в Древнем Египте варили сладости из меда и фиников. При археологических раскопках были найдены изображения конфет и записи, как их изготавливать. В странах Востока конфеты также делали из миндаля и фиг. Древние римляне варили маковые зерна и орехи с медом, посыпали готовое изделие кунжутом, держа в тайне рецепт лакомства. Другой вид сладостей — мармелад — родился в Малой Азии во времена Крестовых походов. На Руси его называли «фруктовый холодец», а непосредственно предшественниц конфет готовили из кленового сиропа, патоки и меда. Популярность сладких продуктов делала их ценным предметом межрегиональной торговли.

Издревле сладости проявили способность приживаться в чужих культурах, что свидетельствовало о том, что уже тогда они обладали потенциалом «мягкой силы». Например, японские традиционные карамельные конфеты компэйто имеют португальское происхождение. Благодаря португальскими торговцам и миссионерам на рубеже XV – XVI вв. это кондитерское изделие появилось в Стране Восходящего Солнца. В 1569 г. иезуит Луис Фройс, автор пятитомной «Истории Японии», подарил выдающемуся самураю Ода Нобунага флягу с компэйто за то, что тот разрешил основать в Японии христианскую миссию.

Практика употребления европейцами сладкого сиропа, чтобы забивать неприятный вкус лекарств, отразилась в профессиональном жаргоне аптекарей. В XVI в. словом «конфеты» они обозначали засахаренные или переработанные в варенье фрукты, используемые в лечебных целях. Впоследствии термин приобрел более широкое содержание. В XVI столетии в Европе шоколаду приписывали магические и целебные свойства. Поскольку ожидания не оправдались, шоколад подвергся жесткой критике, скрывавшей критику тех государств, которые имели свободный доступ к бобам какао. Но когда в следующем веке в Европе стал появляться сахар из колоний, сладости достигли небывалой популярности, изготовление конфет превратилось в своеобразное искусство, в котором соревновались кондитеры разных стран, а знатные персоны с гордостью демонстрировали их достижения на дипломатических приемах.

В 1659 г. кондитер Давид Шелли открыл во Франции первую в мире шо-

коладную фабрику. Он также стал изготавливать лакомства, похожие на конфеты, причудливых форм. В 1676 г. в вышедших в свет мемуарах военного деятеля, маршала Франции и дипломата Сезара де Шуазель, графа дю Плесси-Прален, виконта де Сен-Жан был найден рецепт, изобретенный его личным поваром. По заданию виконта для одного из дипломатических приемов повар придумал сладкий десерт из тертого миндаля, засахаренного меда и шоколада. Смесь получила название «пралине» (фр. *praliné*). Конфеты стали частью придворного этикета. В 1715 г. канцлер Франции Даниэль Вуазен де Ла Нуарай завоевал расположение короля Людовика XV, которому тогда было всего пять лет, преподнеся ему в благодарность за произнесенную в парламенте тронную речь огромное блюдо с конфетами.

Сладости, несмотря на дороговизну, быстро завоевывали мир. Их производство стало двигателем развития пищевой промышленности. Однако еще в начале XIX в. России не было ни одной кондитерской фабрики. Но уже в конце столетия отечественный кондитерский рынок отличался исключительным разнообразием продукции. Не только русские кондитерские изделия, даже имена кондитеров были известны за рубежом. Высокой оценке способствовали отменные вкусовые качества российской продукции и ее художественное оформление.

Геополитический образ визуализируется в произведениях практически всех жанров изобразительного искусства, обнаруживает себя в любом его направлении, в том числе рисунках на конфетных обертках. Слово «фантик» происходит от польского *fant* (немецкий вариант *Pfand*), означающего «залог». До середины XIX столетия, пока не появились двуслойные обертки для конфет, их было принято раскладывать в стеклянные вазочки или выкладывать на блюда, откуда лакомство брали специальными щипчиками. Заворачивали в разноцветную бумагу шоколадные конфеты. В 1872 г. американский изобретатель Томас Эдисон придумал парафинированную бумагу, которую стали применять для обертывания для конфет. В 1910 г. инженер из Цюриха Роберт Виктор Неер, заинтересовавшийся длительностью полетов аэростатов и задумавший увеличить их дальность, получил патент на производство алюминиевой фольги. Внедрение этих изобретений в пищевую промышленность позволило разнообразить оформление фантиков для конфет, отразить в их дизайне как текущие события внутренней и международной жизни, так и тенденции развития искусства. Этим они играли роль одновременно средства политического и художественного просвещения.

Самое первое влияние на оформление фантиков оказали бывшие в моде домашние альбомы, где использовалась манера заключать изображение в медальон. Следуя ей, на конфетных обертках изображался фасад фабричного здания в обрамлении цветов, плодов и зеленых листьев.

Так, соединялось личное и общественное начала в жизни человека, аллегорически представленные в виде фабричной архитектуры. Согласно веяниям стиля модерн на фантиках рисовались живописные пейзажи, романтические барышни, женские головки т.д. Дизайн фантиков привлекал таких выдающихся художников, как Иван Билибин, Михаил Врубель, Константин Сомов, Виктор и Аполлинарий Васнецовы, Сергей Ягужинский, Борис Зворыкин, Евгений Лансере. Российские предприниматели заказывали рисунки для фантиков художникам-иностранцам, в частности, Альфонсу Мухе. Практика привлечения выдающихся художников к разработке конфетного дизайна сохранилась и позже. В 1958 г. испанский кондитер Энрике Бернат презентовал миру леденцы на палочке, известные как *Chupa Chups* (исп. *chupa* — «сосать»). Эскиз, ставший логотипом компании *Perfetti*, производившей эти леденцы, набросал на полях газеты Сальвадор Дали во время обеда с основателем компании. Название компании располагается в центре логотипа, стилизованного под маргаритку. Этот логотип используется до сих пор.

Несмотря на наличие общих оформительских тенденций, в каждой стране можно было обнаружить значительный объем конфетной продукции, отражающей национальную специфику. Так, в царской России особой популярностью пользовался «русский» или, так называемый «ропетовский» стиль, по имени архитектора Ивана Петрова (псевдоним Ропет)<sup>4</sup>. С конфетных оберток глядели красавицы в национальных костюмах, известные писатели, сказочные персонажи. Интерес публики к исторической тематике подкреплялся изображением героев Отечественной истории, важнейших событий в жизни страны и мира. Начало было положено отменой крепостного права, когда на прилавках появились конфеты: «Реформа», «Воля», «Освобождение крестьян», «Отмена крепостного права». После визита Николая II во Францию и ответного визита главы Французской Республики Феликса Фора, являвшегося сторонником российско-французского диалога, в 1897 г. были выпущены конфеты «Президент Феликс Фор» с портретом последнего. Новое столетие встретили карамелью «Смесь XX века». В 1911 г. «Товарищество А.И. Абрикосова Сыновья» (позже концерн «Бабаевский»), принадлежащее Алексею Ивановичу Абрикосову, Поставщику Двора Его Императорского Величества, к юбилею отмены крепостного права выпустило карамель «Освобождение крестьян» и шоколад «Юбилейный 1861 – 1911». В связи с этой датой на фантиках, как и на открытках, писали слова из Манифеста об отмене крепостного или поэтические строки, посвященные этому событию. В 1912 г. прилавки российских магазинов ломились от кондитерских изделий в упаковках, посвященных 100-летию Отечествен-

4 Кириченко Е.И. Архитектор И. Ропет // Архитектурное наследство. 1972. № 20. С. 85-93.

ной войны. В 1913 г. основной темой дизайна упаковок кондитерской продукции стало 300-летие Дома Романовых. Не менее важным было удовлетворить потребность в международной информации. Этому помогли фантики конфет «Порт-Артур» и серии «Национальная» с изображением бронепалубного крейсера «Аскольд», отсылающие к Русско-японской войне. Карамель «Балканская», название которой свидетельствовало о неподдельном интересе подданных Российской империи к событиям на Балканах, выпускалась с портретами королей Георга I Греческого и Петра I Сербского.

Отжали фантики интерес к развитию техники, например, среди изделий фабрики «М. Конради», основанной в 1853 г. выходцем из Швейцарии Морицом (Маврикием) Конради и принадлежавшей к числу крупнейших кондитерских предприятий России, были конфеты «Вокруг Луны». Фамилия Конради в советской истории была отмечена тем, что 10 мая 1923 г. в Лозанне капитаном Морисом Конради, внуком создателя фабрики, выстрелом из револьвера был убит глава советской делегации Вацлав Воровский. Судом Конради был оправдан, поступил на службу во Французский Иностранный легион.

В советское время национализированные кондитерские предприятия продолжили традицию представлять на конфетных обертках выдающихся людей страны, считая это частью геополитической пропаганды. Моссельпром выпустил карамели «Ильич» с портретом Владимира Ленина, «Юбилейную» — Якова Свердлова и «Всенародный староста», естественно, с изображением Михаила Калинина. В 1924 г. фабрикой «Красный Октябрь» была произведена конфета с датой из истории Французской революции в качестве имени — «1793 год». В создании рекламы карамелей «назидательного стиля» на политическую и экономическую тематику, в частности, пропагандируя новую систему мер и весов, принял участие Владимир Маяковский. На фантиках прославлялись решения партии. В 1942 г. обертка «Шоколада Гвардейский» в лаконичном дизайне отразила появление новой шоколадной плитки в честь победы сил РККА в битве за Москву. В годы правления Никиты Хрущева, известные новыми подходами к сельскому хозяйству, появились конфеты «Чудесница» с изображением кукурузы, что было частью «кукурузной кампании», ставшей одним из результатов визита советского лидера в США (1959) и его знакомства с американской культурой выращивания этого продукта<sup>5</sup>.

Изображение на обертке может определять название конфеты и этим превратить ее в своеобразный геополитический и геопоэтический символ. Написанная в 1889 г. картина русских художников Ивана Шишкина

5 Лицом к лицу с Америкой. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960.

и Константина Савицкого «Утро в сосновом лесу» воспроизводилась на обертке шоколадных конфет «Мишка косолапый», созданной в начале XX в. графиком Мануилом Андреевым. Так как один из четырех медведей на обертке не поместился, она стала хорошо известна под названием «Три медведя»<sup>6</sup>. Производство ириса с начинкой из жидкой помадки с добавлением молока и сливочного масла «Коровка» (от польск. *Krówka*) в 1920-е гг. наладил в Познани Феликс Поморский. На обертке была изображена корова голштинской породы. Рецепт этой сладости он узнал в детстве от своего дяди, жившего в Житомире. После войны «Коровка» стала производиться и в других социалистических странах (ГДР, Чехословакии), закрепляя общее представление не только о повседневности, но и геополитические ассоциации.

Не менее яркими, чем фантики, и впрямую геополитически говорящими являются названия конфет. В рамках науки прагматонимики (от греч. *pragma* — «вещь, товар» + *онима* — «имя»), изучающей наименования товаров и всяческих результатов практической деятельности людей, выделяются названия шоколадной продукции — чоконимы<sup>7</sup>. Их корпус позволяет оценить социально-экономическую и политическую обстановку в государстве и выявить круг его международных связей. В частности, мода давать кондитерским изделиям на французском языке — «Батон де Гралье», «Буль-де-гом», «Марон Пралине», «Крем де нуазон», «Крем де ризьен», «Финшампань» — была отражением работы в России специалистов из Франции, Германии и других европейских стран. В конфетной номенклатуре Моссельпрома 1930-х гг. можно встретить названия: «Миниатюр», «Бергамот», «Рефрешмент», «Пеппермент», «Шартрез», «Дернье Кри». Позже французские наименования перевели на русский язык и получили конфеты: «Кошачий язык», «Салонная», «Сливочная Венера», «Девичья кожа». Иногда сохранялось двуязычное название — «Кориандор перле, или Уни-занный жемчугом». После окончания Великой Отечественной войны в условиях восстановления экономики появляются коммерческие магазины, а с ними возрождаются и французские названия конфет: «Унисон», «Бон аппетит», «Шантеклер», «Оранж», «Ша нуар».

Названия конфет в годы Советской власти были идейно выверены, отражали пролетарскую реакцию на происходящие в государстве и внешнем мире события. В 1930-е гг. фабрики выпускали конфеты: «Борись за технику», «Темп», «Рекорд», «Автодор», «Крылья Советов». Трудовые

6 Генис А.А. Указ. соч.

7 Исакова А.А. Имя собственное в производстве: эволюция прагмонимического пространства / Под ред. И.С. Карабулатовой. Тюмень: Печатник, 2008; Комолова З.П. Семантическая мотивированность прагмонимов (на материале товарных знаков СССР и США) // Проблемы семантики. М.: Наука, 1974. С. 333-339.

подвиги прославляли кондитерские изделия под названиями: «Доярка», «Тракторизация», «Нива золотая». На плавание ледокола «Челюскин» по Северному морскому пути кондитерские фабрики откликнулись конфетами «Челюскинцы», «Победитель льдов», «Полярные», «Полярная смесь» и «Героям Арктики». В 1937 г. после полетов советских летчиков по маршруту Москва — Северный полюс — Соединенные Штаты Америки начали продавать конфеты с названием «Ант-25» и рисунком самолета на обертке. Романтику эпохи крупнейших социальных преобразований и ценности национальной культуры передавали конфеты с такими названиями, как «Артистическая», «Баядерка», «Идиллия», «Лебединая Песня», «Синяя птица», «Снегурочка», «Маленькие Музыканты», «Детские забавы». С началом освоения космоса появились конфеты «Космос» и «Космические». Неудивительно, что наименования конфет «Восход», «Сатурн», «Салют», «Пламя», развивающие космическую тематику, часто совпадали с названиями кинотеатров, потому что кино продолжало играть роль массового агитатора и пропагандиста. К Международному женскому дню 8 марта в 1964 г. в продажу поступили конфеты «Мимоза» в обертке с нежными желтыми цветами. Они на целый год опередили Указ Президиума Верховного Совета СССР о том, чтобы этот день стал нерабочим.

Особенностью советской конфетной продукции 1970 – 1980-х гг. являлось отсутствие в названиях имен не только партийных и государственных деятелей, но и представителей искусства. Это можно расценивать как стремление власти и общества как можно дальше уйти от времен, в которых создавались условия для культа личности вождя, отмеченного выдающимися качествами. Нейминг советской кондитерской продукции стремительно терял агитационный потенциал. И это отчетливо проявилось в атмосфере развала СССР, которую можно было почувствовать в свободе наименований кондитерских изделий: «Улетные», «Обалдеть», «Кузькина мать», «Кузькин батя», «Фарс», «16 калибр» с изображением ружья и патронов на обертке, «Палочка выручалочка» — милицейского жезла и т.д. Геополитическая открытость миру проявилась в иноязычных чоконимах: «Вивьен», «Марлетто Валенсия», «Марлетто Токио», «Гламур», «Ренуар», «Элит», «Феруччи» и др. То, что в названиях проявлялось искажение грамматической формы («Нектарино», «Венецио»), можно рассматривать и как выражение элементарной неграмотности, и как стремление придать продукции «заморский» вид. Это чем-то напоминало цирк, где часто артисты, не имеющие никакого отношения к Италии, выступают под псевдонимами, отсылающими к итальянской цирковой истории. Прием пародирования также обнаруживается в постсоветских чоконимах: «Брат с Севера приехал», «Мышка на Севере». Даже есть версия этого названия — «Мышка на сервере».

Чоконимы дают основание для выявления региональных отличий. В

советские годы кондитерские предприятия разных городов производили продукцию с местными названиями. В Ленинграде выпускались конфеты: «Ленинград», «Петергоф», «Медный всадник», «Пиковая дама». Харьковская кондитерская фабрика отменилась продукцией под названием «Колос ржи» и «ХТЗ» (Харьковский тракторный завод). В Минске производились конфеты «Белорусские», «Полесье», «Красницы». Одесский юмор нашел отражение в названиях конфет «Буденьши» и «Метелики». Специалисты из Лесосибирского педагогического института – филиала Сибирского федерального университета изучили способы лингвистического выражения региональной идентичности посредством чоконимов, названий изделий Красноярской кондитерской фабрики «Краскон». Оказалось, что чаще всего в основу номинации кладутся топонимические образы Красноярского края (Саяны, Красноярск, Енисей, Загорье, Столбы). Чоконимы с одной стороны могут рассматриваться как вербальные ресурсы выражения и описания процесса региональной идентичности, с другой стороны, являться средством маркирования и конструирования территориальной идентичности, создавать так называемый имидж региона<sup>8</sup>.

По чоконимам можно проследить отличия русского мировидения от ментальности других народов. Названия карамелей «Раковые шейки» и «Гусиные лапки», как и сами конфетки, придумал Абрикосов. Происхождение названия «Раковые шейки» объяснялось сходством конфет с теми частями раков, которые принято подавать к пиву, т.е. кусочками мяса хвостовой части рака. Рассказывают историю, что купленная лицензия на производство «Раковых шеек» в Англии оказалась невыгодной, поскольку британские покупатели не могли понять связь названия и содержания продукта.

Это поведение покупателей не было неожиданным. Они не были подготовлены к принятию продукта с подобным наименованием. В названиях конфет, выпускаемых в Соединенном Королевстве, преобладают такие, которые передают значение изделия не прямо, а метафорически. Чоконим состоит, как правило, из одного существительного, связанного со сладостями и приемом пищи: *Smarties* (щеголи), *Favorites* (любимчики), *TopDeck* (палуба), *Time Out* (перерыв), *Twirl* (завиток), *Summer* (лето), *Dream* (мечта), *Flake* (слой), *Picnic* (пикник), *Snack* (перекус), *Crunch* (хруст), *Persuasion* (убеждение), *Cobbers* (приятели), *Freckles* (веснушки). Для значительной части чоконимов характерен способ плюрализации, т.е. их образования в форме множественного числа. Экстраполируя эти наименования на другие сферы жизнедеятельности британского общества, перестаешь удивляться присущей государственным деятелям Соединенного Королевства расплыв-

8 Славкина И.А., Шмутьская Л.С., Мамаева С.В., Вексессер М.В. Вербальные маркеры региональной идентичности (на материале современных чоконимов) // Современные исследования социальных проблем. 2016. № 2-3 (27). С. 227-243.

частости дефиниций во внешнеполитической области и возможностям ограничиваться определением «*highly likely*» вместо доказательств своих выводов, в частности в деле Скрипалей.

Еще одна особенность наименований шоколадных конфет за рубежом отражает практику их образования от антропонимов, обычно от имен производителей или создателей<sup>9</sup>. Исследователи объясняют популярность такого приема тем, что при выборе торгового знака для нового изделия, производитель часто ориентируется на собственное имя или фамилию. Этот подход, основанный на применении торгового названия собственного имени, считается одним из самых старых и давно укоренившихся обычаев. Он был предпочтительным способом маркировки изделий на начальном этапе развития торговых знаков в ремесле и промышленности<sup>10</sup>. Так, Джон Кэдбери еще в 1824 г. начал выпуск в Лондоне разнообразной шоколадной продукции марки *Cadbury*. В 1920 г. немецкий кондитер Ганс Ригель создал компанию *Haribo*, название которой основано на акрониме, образованном от имени создателя и названия его родного города: *HA*ns – *RI*gel – *BO*nn. На создание знаменитых фруктовых жевательных конфет его вдохновили дрессированные медведи из немецкого цирка. «Танцующий мишка» стал символом компании и формой конфет, получивших известность как «*gummy bears*» (желейные мишки). Бренд *Mars* образован от фамилии его создателя Фрэнка Марса. Этот подход чаще применяется для номинации товара крупных производителей или династий. И, например, в случае наименования продукции транснациональных компаний (ТНК), к которым относится *Mars*, такой подход не просто закрепляет имя производителя в списке наиболее конкурентоспособных брендов, но и продвигает его в ряды тех ТНК, которые активны как геоэкономически, так и геополитически.

Продукция компании *Mars* может служить прекрасной иллюстрацией того, как геополитика влияет на облик и названия конфет. Прежде всего, компания является одним из ярчайших представителей современных ТНК, выступающих проводниками глобализации, мало заботящимися о сохранении национальных традиций. Агрессивность политики транснациональных производителей проявляется в период международной напряженности, конфликтов и войн. Из истории компании *Mars* можно привести два любопытных факта. Созданию конфет *M&M's* способствовало наблюдение

9 Кучкарева Р.И. Способы образования англоязычных наименований шоколадных конфет // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 11. С. 1471-1475 // URL: <http://e-koncept.ru/2016/86315.htm>.

10 Файзуллина И.И. Номинация гастрономического дискурса: отражение в языковом сознании жителей полиэтничного города // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 5 (3). С. 118-125 // URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/nominatsiya-gastronomicheskogo-diskursa-otrazhenie-v-azykovom-soznanii-zhiteley-polyetnichnogo-goroda>.

Форреста Марса, как во время Гражданской войны в Испании солдаты ели шоколад, покрытый слоем сахара, чтобы продукт не таял на жарком солнце. Так, появились идея покрыть шоколад защитной сахарной оболочкой и слоган: «*M&M's* — таят во рту, а не в руках». А во Вторую мировую войну эти конфеты в удобных упаковках-цилиндрах получили популярность у американских солдат. Война закончилась. И в 1948 г. цилиндры были заменены на прямоугольные пакетики. *M&M's* поставляются на самолет президента Соединенных Штатов Америки со времен администрации Рональда Рейгана, политика которого связана с обострением холодной войны. При Бараке Обаме эти конфеты, раскрашенные в цвета американского флага, появились на президентском *Boeing-747*. Они предлагались в упаковке с американской символикой и подписью президента. Совместное изображение на обратной стороне коробочки желтых букв *M&M* и флага США указывало на значимость этого «конфетного» ресурса американской геополитики. Обама может войти в историю и как пропагандиста американской конфетной продукции. В 2010 г. его любимая карамель с копченой солью, производящаяся компанией из Сиэтла, стала сенсацией в Европе. Конфеты подавали к семейному праздничному столу британской королевы Елизаветы II, которая отметила ими свой день рождения.

Конфеты связывают страны, народы, людей очень причудливо. При этом они всегда выполняют сразу несколько функций, включая пропагандистскую, которая особенно востребована в периоды международных кризисов. Начало холодной войны знаменуется Берлинским кризисом. Одним из примечательных эпизодов воздушного моста 1949 г. стал сброс на парашютах сладостей для детей Западного Берлина. Самолеты союзников, снабжавшие продовольствием и другими предметами первой необходимости западные секторы Берлина по берлинскому воздушному мосту во время блокады, называли «изюмными бомбардировщиками» (нем. *Rosinenbomber*, англ. *Raisin bombers*). Тогда американские летчики сбрасывали детям небольшие пакеты со сладостями на самодельных парашютиках<sup>11</sup>.

Новый виток обострения отношений России и Запада, который заставил говорить о продолжении холодной войны, приходится на период воссоединения Крыма с Россией, что, естественно, не могло не пройти мимо конфетной проблематики. Новосибирская фабрика выпустила конфеты «Крым. А ну-ка, отбери!», на фантике которых красуется контур Крыма и супермен, по краям размещена георгиевская ленточка, а в названии обыгрывается знаменитый чоконим «А ну-ка отними!», принадлежащий конфете, произведенной более ста лет назад на фабрике «ЭйнемЪ». Весь дизайн свидетельствует о глубине связей Крыма с Россией.

11 Беспалов В.А. «Блокада Берлина» и продовольственный вопрос: забытые аспекты // Вестник РГУ им. И. Канта. 2007. № 12. С. 65-69.

Конфетная сторона есть и у внутренней политики. Одна из наиболее любопытных традиций в Сенате США связана с конфетным столом (англ. *Candy desk*). В зале заседаний Сената запрещен прием пищи, но сенатор-республиканец Джордж Мерфи, будучи творческой личностью — актером, танцором, президентом гильдии актеров, в 1965 г. стал хранить в столе запас конфет, которыми угощались другие члены верхней палаты американского парламента. Кто-то из них давал деньги на пополнение запаса сладостей. После отставки Мерфи в 1971 г. эту традицию продолжили другие сенаторы. В зале Сената «конфетный стол» находится на стороне республиканцев, сидит за ним сенатор-республиканец. В 1987 – 1989 гг. это был известный своей русофобией сенатор Джон Маккейн. На пополнение запасов стола в год уходит около 180 кг конфет и шоколада. В 1997 г. за «конфетный стол» сел сенатор Рик Санторум, не захотевший тратиться на покупку конфет. Тогда право пополнять запасы на десять лет отошло компаниям «*Hershey*» и «*Just Born*». Демократы решили не отставать от республиканцев, поэтому в 1985 г. они создали свой «конфетный стол», содержимое которого пополняется за счет особого «конфетного фонда».

Общественные структуры также используют конфеты в качестве средства агитации, их раздают во время благотворительных акций. В США, на территории которых действуют несколько организаций, считающих себя преемницами ку-клукс-клана, выявилась форма конфетной агитации. Летом 2014 г. жители округа Окони (штат Южная Каролина) обнаружили на порогах своих домов пластиковые кульки с конфетами, украшенными наклейкой с изображением всадника в белом балахоне и с горящим крестом в руке. Картинка сопровождалась надписью: «Спасите нашу землю — вступайте в Клан». Под сообщением стояла подпись: верные белые рыцари ку-клукс-клана. Позвонив по указанному на этикетке номеру, можно было прослушать запись автоответчика: «Будь мужчиной — вступай в клан! Нелегальная иммиграция разрушает Америку... Всегда помни: небелый значит неправильный. Власть белым!» В тот раз конфетная агитация оказалась удачной: на следующий день на горячую линию, номер которой был указан на конфетной упаковке, поступило около 20 тыс. звонков. Многие звонившие интересовались возможностью вступления в организацию<sup>12</sup>.

Когда-то в Италии существовала карнавальная традиция бросать в толпу маленькие конфеты (итал. *confetti*). Это был жест, отражающий радость от предчувствия весны, которой хотелось поделиться с другими. Эти настроения прекрасно передают конфеты. Но надо помнить, что замены настоящих конфет конфетти, маленькими разноцветными, как правило,

---

12 Кобзев А.А. Белая гвардия. Ку-клукс-клан начал рекламировать себя при помощи конфет // URL: <http://lenta.ru/articles/2014/07/22/theklan>.

кружочками, транслирует настроение, но не обеспечивает насыщение. Поэтому образ конфеты и ее название заставляют нас помнить о разнице между оригиналом и обманкой, обнаруживающей себя во всех областях нашей жизни — от повседневной до глобальной.

### Библиографический список:

- [1] Беспалов В.А. «Блокада Берлина» и продовольственный вопрос: забытые аспекты // Вестник РГУ им. И. Канта. 2007. № 12. С. 65-69.
- [2] Генис А.А. Фантики. М.: Астрель: CORPUS, 2010. 192 с. // URL: [https://royallib.com/book/genis\\_aleksandr/fantiki.html](https://royallib.com/book/genis_aleksandr/fantiki.html)
- [3] Исакова А.А. Имя собственное в производстве: эволюция прагмонимического пространства / Под ред. И.С. Карабулатовой. Тюмень: Печатник, 2008. 229 с.
- [4] Кириченко Е.И. Архитектор И. Ропет // Архитектурное наследие. 1972. № 20. С. 85-93.
- [5] Кобзев А.А. Белая гвардия. Ку-клук-клан начал рекламировать себя при помощи конфет // URL:<http://lenta.ru/articles/2014/07/22/theklan>.
- [6] Комолова З.П. Семантическая мотивированность прагмонимов (на материале товарных знаков СССР и США) // Проблемы семантики. М.: Наука, 1974. С. 333-339.
- [7] Кучкарева Р.И. Способы образования англоязычных наименований шоколадных конфет // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 11. С. 1471-1475 // URL: <http://e-koncept.ru/2016/86315.htm>.
- [8] Лицом к лицу с Америкой. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. 680 с.
- [9] Славкина И.А., Шмульская Л.С., Мамаева С.В., Веккессер М.В. Вербальные маркеры региональной идентичности (на материале современных чоконимов) // Современные исследования социальных проблем. 2016. № 2-3 (27). С. 227-243.
- [10] Терновая Л.О. Геополитика в шоколаде // Государственная служба. 2017. № 4. С. 90-95.
- [11] Файзуллина И.И. Номинация гастрономического дискурса: отражение в языковом сознании жителей полиэтничного города // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 5 (3). С. 118-125 // URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/nominatsiyagastronomicheskogodiskursaotrazhenievazykovomsoznaniizhiteleypolietnichnogogoroda>.
- [12] Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2005. 191 p.

### References

- [1] Bepalov V.A. "The blockade of Berlin" and the food issue: forgotten aspects // Bulletin of the RSU named after I. Kant. 2007. № 12. P. 65-69.
- [2] Genis A.A. Fantasy. M.: Astrel: CORPUS, 2010.192 p. // URL: [https://royallib.com/book/genis\\_aleksandr/fantiki.html](https://royallib.com/book/genis_aleksandr/fantiki.html)
- [3] Isakova A.A. Proper name in production: evolution of pragmonimic space / Ed. I.S. Karabulatova. Tyumen: Pechatnik, 2008. 229 p.
- [4] Kirichenko E.I. Architect I. Ropet // Architectural heritage. 1972. № 20. P. 85-93.
- [5] Kobzev A.A. White Guard. The Ku Klux Klan began to advertise itself with candy // URL: <http://lenta.ru/articles/2014/07/22/theklan>.
- [6] Komolova Z.P. The semantic motivation of pragmonyms (based on the material of trademarks of the USSR and the USA) // Problems of semantics. M.: Nauka, 1974. P. 333-339.
- [7] Kuchkareva R.I. Methods for the formation of English-language names of chocolates // Scientific and methodological electronic journal "Concept". 2016. V. 11. P. 1471-1475 // URL: <http://e-koncept.ru/2016/86315.htm>.
- [8] Face to face with America. M.: State Publishing House of Political Literature, 1960.680 p.
- [9] Slavkina I.A., Shmul'skaya L.S., Mamaeva S.V., Vekkeser M.V. Verbal markers of regional identity (based on modern chokonyms) // Modern studies of social problems. 2016. № 2-3 (27). P. 227-243.
- [10] Ternovaya L.O. Chocolate geopolitics // Public Service. 2017. № 4. P. 90-95.
- [11] Fayzullina I.I. Nomination of gastronomic discourse: reflection in the linguistic consciousness of residents of a multi-ethnic city // Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N.I. Lobachevsky. 2012. № 5 (3). P. 118-125 // URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/nominatsiyagastronomicheskogodiskursaotrazhenievazykovomsoznaniizhiteleypolietnichnogogoroda>.
- [12] Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2005. 191 p.

Терновая Л.О.

*Доктор исторических наук, профессор,  
МАДИ (Московский автомобильно-дорожный  
государственный технический университет).*

**История «конфетной» агитации:  
от повседневности до геополитики**

**Аннотация.** В статье анализируется история создания и распространения конфет, которые играли роль не только сладости, помогающей создать радостное настроение, сформировать положительные эмоции, но и средства коммуникации. Конфеты, связывая людей разных стран и культур, передавали информацию об их жизни с помощью богатого языка символов, включая вкусовые и визуальные. Кондитерская продукция выступает неизменным атрибутом любого праздника — от личного до государственного. Конфеты стали неотъемлемой частью дипломатического протокола. Широта распространения и разнообразие кондитерских изделий позволяет использовать их как носителя информации просветительского характера. То, что на производстве конфет работали выдающиеся кондитеры, а к художественному оформлению оберток и коробок конфетной продукции привлекали известных художников, усиливало воздействие этих изделий на потребителя. Конфеты превратились в мощный инструмент политической пропаганды. И по ним, как по ценному источнику истории повседневности, можно судить о социально-политических настроениях общества и способности государственной власти эти настроения улавливать.

**Ключевые слова:** геополитика, продовольствие, дипломатия, история повседневности, национальная идентичность, прагматонимика, нейминг.

*Ternovaya L.O.*

*Doctor of Historical Sciences, Professor MADI  
(The Moscow Automobile and Road Construction University).*

**The history of «candy» campaign:  
from everyday life to geopolitics**

**Abstract.** This article analyzes the history of creation and distribution of sweets, which played the role of not only sweets, helping to create a joyful mood, to generate positive emotions, but also the means of communication. Candy, connecting people of different countries and cultures, conveyed information about their lives through a rich language of symbols, including taste and visual. Confectionery products are an invariable attribute of any holiday - from personal to state. Candies became an integral part of the diplomatic protocol. The breadth of distribution and the variety of confectionery products makes it possible to use them as an information carrier of an enlightening nature. The fact that outstanding confectioners worked in the production of sweets, and the art of wrappers and boxes of candy products attracted famous artists, reinforced the impact of these products on the consumer. Candy turned into a powerful tool of political propaganda. And according to them, as a valuable source of the history of everyday life, one can judge the socio-political moods of society and the ability of state authorities to capture these sentiments.

**Key words:** geopolitics, food, diplomacy, the history of everyday life, national identity, pragmatonymy, naming.

**Вознесенский И.С.**

*старший преподаватель, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ).*

## **Индикаторы и двигатели корпоративной культуры: о роли кофе в организации труда\***

Кофе – не просто один из наиболее распространенных напитков по всему миру, он может быть индикатором принадлежности человека к определенной культуре, в частности «кофейной» или «чайной»<sup>1</sup>. Но и этого мало — кофе выступает своеобразным организатором жизни человека, размеряя ее на важные части, отделяя время работы и отдыха, формируя разные подходы взаимодействия с начальством, коллегами, близкими и даже задавая тон отношения к самому себе (таблица 1).

**Таблица 1.** Рейтинг 25 стран — мировых лидеров по потреблению кофе, 2018 г.

Позиция в рейтинге	Страна	Потребление, кг на душу населения
1	Финляндия	12,0
2	Норвегия	9,9
3	Исландия	9,0
4	Дания	8,7
5	Нидерланды	8,4
6	Швеция	8,2
7	Швейцария	7,9
8	Бельгия	6,8
9	Люксембург	6,5
10	Канада	6,5

1 Терновая Л.О. Войны в кофейном и чайном «пространствах» // Государственная служба. 2013. № 4. С. 54-57; Терновая Л.О. «Кофейная» культура против культуры «чайной» // Этносоциум и межнациональная культура. 2013. № 1 (55). С. 122-129; Hewitt R.G. Coffee: its history, cultivation, and uses. New York: D. Appleton and company, 1872.

11	Босния и Герцеговина	6,2
12	Австрия	6,1
13	Италия	5,9
14	Бразилия	5,8
15	Словения	5,8
16	Германия	5,5
17	Греция	5,4
18	Франция	5,4
19	Хорватия	5,1
20	Кипр	4,9
21	Ливан	4,8
22	Эстония	4,5
23	Испания	4,5
24	Португалия	4,3
25	США	4,2

*Источник:* Потребление кофе в мире: почему в Европе кофейни на каждом шагу, а Китай — все еще чайная страна // URL:<https://shop.tastycoffee.ru/blog/kofe-v-mire>

Все это позволяет расценивать кофе в качестве индикатора культуры общения, как делового, так и повседневного. Можно выделить несколько направлений, помогающих составить такую оценку.

Первое из них следует назвать глобальным. В сетевом информационном обществе одной из наиболее устойчивых сетей оказалась кофейная. Она соткана из нескольких составляющих, самой массовой и наиболее заметной из которых выступает сеть кофеен, получивших практически глобальное распространение. Это — компания по продаже кофе и одноименная сеть кофеен *Starbucks Corporation*. Она была основана в Сиэтле (США) в 1971 г. К концу 2016 г. в сети *Starbucks* находилось свыше 24 тыс. торговых точек в 65 странах, включая Россию. *Starbucks* является лидером не только по охвату рынка таких услуг, но и по пониманию социальной ответственности бизнеса, над программами которой работает с 1994 г.<sup>2</sup> (рисунки 1).

2 Бехар Г. Дело не в кофе. Корпоративная культура Starbucks. М.: Альпина Паблишер, 2010; Шульц Г., Йенг Д.Дж. Влейте в нее свое сердце. Как чашка за чашкой строилась Starbucks. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.



Рис. 1. Корпоративная культура Starbucks.

В этих программах учитывается изменение возраста посетителей кофеен. Исследовательское агентство *Datassential* отмечает, что в США 44% всего объема потребления кофе приходится на лиц в возрасте от 18 до 34 лет, что также подтверждается данными Американской Национальной Кофейной Ассоциации (англ. *National Coffee Association*). С 2008 по 2016 гг. потребление кофе группой от 18 до 24 лет с 34% выросло до 48%, эту же тенденцию продемонстрировала и группа 25-39-летних — с 51% до 60%<sup>3</sup>. Такой рост объясняют притягательностью кофе для миллениалов из-за статуса, высокой персонифицированностью выбора, доступностью. Типичный миллениал Крис Чои, 23-летний сотрудник одной из крупнейших в мире сетей, оказывающих профессиональные услуги, и одна из аудиторских компаний Большой четверки наряду с *Deloitte*, *Ernst & Young* и *PwC*, *KPMG* в Вашингтоне, рассказывает, что, что «сходить в кафе» в рабочее время — абсолютно нормальная практика, совершенно не осуждаемая ни коллегами, ни начальством. Он и его коллеги-ровесники начинают каждый рабочий день с похода в *Starbucks* или в *Au Bon Pain*, где за чашкой кофе обсуждаются новости, планы на день и т.д.<sup>4</sup>

Кофейни начинают конкурировать с офисами. Так, в 2018 г. *Starbucks* за-

3 Кузьмин А. Как миллениалы развивают глобальную кофейную индустрию // URL: <http://kuzminblog.ru/kafe-na-azs/kak-milleniaily-razvivayut-globalnuyu>.

4 Там же.

шла на рынок рабочих пространств с проектом *Starbucks Reserve Roasteries*. Это — атмосферные пространства для работы, встреч и отдыха. Раньше компании нужно было ждать одобрения, чтобы открыть кофейню в зоне рабочего пространства, теперь же она может им являться самостоятельно. *Starbucks Reserve Roasteries* открыты в Сиэтле, Шанхае. Такие кафе появились в Милане и в Нью-Йорке. На площади 2000 кв м располагаются кофейные прилавки, бар с кофейными алкогольными коктейлями и классическими напитками, а также закусочная и пространство для работы и общения. В среднем, люди проводят в четыре раза больше времени в *Reserve Roasteries*, чем в обычных заведениях сети *Starbucks*<sup>5</sup>.

Кроме того, меняется и корпоративная культура самой компании. В 2008 г. компания начала проводить политику по сокращению расходов на 600 млн долларов. В результате изучения данных о расходах компании, выяснилось, что более 300 млн долларов уходит на медицинское страхование работников, что было намного больше, чем затраты на покупку кофейных зерен. Несмотря на настоятельные рекомендации снизить долю выплат в страховой фонд работников, генеральный директор Говард Шульц отказался от этой затеи и решил закрыть 600 магазинов, 80% из которых были открыты всего лишь менее двух лет назад. Летом 2018 г. *Starbucks* объявила, что к 2020 г. полностью откажется от пластиковых трубочек для холодных напитков. Проблема заключается в том, что ежегодно посетители *Starbucks* выбрасывают более миллиарда таких трубочек. Особое внимание проблема привлекла после того, как морской биолог из США опубликовал видео черепахи с пластиковой соломинкой, застрявшей в носдре. По данным экологов, использованные трубочки для напитков занимают четвертое место среди главных загрязнителей Мирового океана.

*Gloria Jean's Coffees*, вторая после *Starbucks* по величине международная сеть кофеен, имеет магазины более чем в тридцати странах. Компания выросла из небольшой кофейни и магазина, открытого в Чикаго в 1979 г. Глорией Джин Кветко. Благодаря введению франчайзинга на использование концепции этого предприятия появилась сеть из 800 различных торговых точек в самых разных странах. Этой сети также присуще следование корпоративной социальной ответственности: в 2009 г. компания основала собственный благотворительный фонд *GJCI With Heart*, который, частности, поддерживает другие благотворительные организации, например борющуюся с бедностью организацию *Opportunity International*.

Еще одна международная сеть кофеен, *Aroma espresso bar*, была осно-

5 Леймес Ф. Напиток миллениалов. Что произошло на кофейном рынке в 2018 // URL: <https://www.forbes.ru/biznes/370983-napitok-millennialov-chto-proizoshlo-na-kofeynom-rynke-v-2018>.

вана в 1994 г. в Израиле. Ее отличает оригинальная манера обслуживания: после того, как посетитель сделает заказ на кассе, он занимает столик. Как только заказ готов, диспетчер в микрофон обращается к нему по имени с просьбой забрать заказ, чем создается атмосфера дружелюбности.

Также в нашем перечне стоит упомянуть *Coffeeshop Company* — часть группы компаний *Schärf Group*, которая специализируется на продаже горячих и холодных напитков, закусок и десертов, в которую входит более 300 кофеен в 29 странах.

Конечно, помимо сетевых кофеен в мире, в каждой стране, да и почти в каждом городе имеется собственная кофейня, часто обладающая помимо любопытной истории, отличного меню еще и примечательным для посетителей взаимодействием работающего в ней персонала. Например, в Новороссийске известна кофейня «Арома», созданная группой компаний ООО «Файт», в которой уверены, что, для того чтобы предприятие работало продуктивно, в нем должна быть сформирована динамичная корпоративная культура. Разработка корпоративной культуры в организации проходила достаточно долго, проявлялись трудности во внедрении, однако, профессионализм работников и целеустремленность руководства сделали свое дело. В настоящее время кофейня «Арома» имеет высококвалифицированный персонал, славится безупречным сервисом, стабильностью качества продукции, а также высоким уровнем лояльности гостей к заведению. По статистике, установленной отделом маркетинга, известно, что 90% посетителей кофейни «Арома» — постоянные посетители, обладатели дисконтных карт кофейни. Этому эффективному результату послужила грамотно построенная политика построения корпоративной культуры. Корпоративная культура кофейни «Арома» включает собой миссию, философию предприятия, девиз, кодекс поведения, обязательства по отношению к персоналу. С этими условиями знакомятся работники, приходящие устраиваться на предприятие. Его миссия: «Быть лидером в предоставлении качественного и профессионального сервиса, соответствующего мировым стандартам. Прививать гастрономическую культуру и предугадывать желания наших гостей». Девиз: «Качество и профессионализм во всем и всегда». Основной принцип работы: Каждый сотрудник — ценное звено нашей команды и только, действуя сообща, мы сможем добиться блестящих результатов<sup>6</sup>.

Отмеченные выше и иные кофейни создают возможность не только выпить любимый напиток, но и пообщаться с близкими, встретиться по делам, на некоторое время отвлечься от забот и вместе с глотком кофе по-

---

6 Корпоративная культура как основополагающий фактор успешного развития фирмы // URL: [https://knowledge.allbest.ru/management/2c0b65635a2bc68b5d53a89421216c37\\_1.html](https://knowledge.allbest.ru/management/2c0b65635a2bc68b5d53a89421216c37_1.html).

чувствовать вкус жизни. Неудивительно, что кофе превратился в неотъемлемую часть бизнес-среды и индикатор сложившейся в разных организациях корпоративной культуры.

Такое наблюдение дало основание сотрудникам банка «Ак Барс» подсчитать, сколько чашек этого напитка выпивается персоналом данной организации, а также сделать несколько выводов о связи видов кофе с профессиональной специализацией финансистов. Можно эту картину экстраполировать и на другие профессии.

С ристретто, насыщенным ароматом и вкусом кофейных зерен, сравнивают финансовых аналитиков. Эти специалисты занимаются анализом, аккумулируют большие объемы информации, собирают экономические показатели.

Раф сравним с чертами работы операционистов, от которых требуется быть такими же мягкими и приятными, иметь опрятный внешний вид и располагающую манеру общения.

С кофе рэд ай — «красный глаз» — ассоциируются сотрудники службы финансовой безопасности, от которых ожидается внешнее проявление силы и брутальности, а внутренне они должны быть способны не пропустить ни одну сомнительную операцию. От профессионала в этой области можно ожидать особой бдительности, которая сравнима с тем, что получается, если добавить в рэд ай дополнительную порцию эспрессо.

С айриш кофе сравнили личного финансового консультанта. Общие качества напитка и профессионала проявляются в том, они могут, как расслабить, так и взбодрить.

Моккачино напоминает специалиста по блокчейну, которому требуется держать руку на пульсе финансовых технологий. Тогда он воспринимает действительность, как погруженную в шоколад и взбитые сливки.

Кофе по-турецки можно назвать царем, вернее, султаном в кофейном мире. Поэтому сравниться с этим видом напитка может только представитель топ-менеджмента банка, поскольку руководитель тоже должен сочетать в себе обладание выдержкой и терпением, крепость духа, почитание традиций ведения бизнеса, умение задавать стандарты и придерживаться их. Все это характеризует кофе по-турецки, который требует неспешного заваривания, особой культуры распития, отражающей мудрость Востока и восприимчивость Запада.

Профессор психологии из Калифорнийского университета Рамани Дурвасула, проанализировав привычки тысячи кофеманов, выяснила, как наши личностные качества соотносятся с тем, какой кофе пьет человек<sup>7</sup>.

7 Что можно узнать о человеке по тому, какой кофе он пьет // URL: <https://lifehacker.ru/kofe-i-xarakter>.

Черный кофе без всего пьют люди, которые предпочитают горькое, в том числе черный кофе без всяких добавок, склонные к нарциссизму и антисоциальному поведению.

Те, кто пьет эспрессо, как правило, отличаются изысканным вкусом и широким кругозором. Среди любителей эспрессо много заядлых путешественников.

Латте и другие виды кофе с большим количеством молока или сливок нравятся тем, кто открыт новому, часто помогает другим, любит комфорт и стремится свободно распоряжаться своим временем.

Любители капучино исключительно требовательны, больше других людей заботятся о своем здоровье и пытаются все держать под контролем.

Кофе с сиропом или кофейные коктейли, например, с карамельным или кокосовым сиропом, предпочитают любители острых ощущений, которые не боятся рисковать.

Люди, пьющие кофе без кофеина, обычно осторожны и тщательно заботятся о своем здоровье. Им нравится полностью контролировать собственную жизнь, а неожиданные и рискованные ситуации их пугают. Но порой окружающим они кажутся эгоистами.

Люди, предпочитающие кофе-гляссе, а также другие необычные и сладкие кофейные напитки, обладают открытым, прямолинейным характером. Они любят спонтанность и обладают хорошим воображением, но часто проявляют безрассудность.

Кофе из пакетиков и обычный растворимый кофе предпочитают те, кого можно охарактеризовать как прокрастинаторов и людей, легко относящихся к своей жизни, склонных плыть по течению и откладывать дела в долгий ящик.

В цитируемом исследовании людям предлагали разные сценарии, в которых многие из нас оказываются: как мы относимся к ожиданию в очереди, как планируем ужин или как обычно проводим выходные. Участники выбирали свой вариант сценария. Кроме того, их спрашивали, пили ли они кофе, и что обычно заказывали. Эксперимент калифорнийских психологов помогает на основании знаний о кофейных предпочтениях сотрудников организации и ее партнеров делать ее работу более слаженной и эффективной. Некоторые практики бизнеса пошли еще дальше и решили с помощью кофе проверить, подходит ли компании тот или иной кандидат.

Управляющий директор компании «Xero Australia» Трент Иннес нашел способ как с помощью чашки кофе среди многих претендентов на вакантное место с блестящим резюме выбрать идеальных кандидатов. Суть его метода состоит в том, что перед началом собеседования он приглашает соискателей пройти с ним на кухню, чтобы взять что-то из напитков:

воду, чай или кофе. Чаще всего кандидаты выбирают кофе. А затем, уже с чашкой бодрящего напитка, следуют за начальником в переговорную, где происходит знакомство потенциального работодателя с соискателем. Но вот после него Иннес и проводит свой тест, позволяющий определить, насколько данный человек подходит компании вне его профессиональной грамотности. Если кандидат предлагает в конце беседы захватить пустую кружку и отнести ее на кухню, то это поведение отвечает элементарным правилам вежливости. И его рады будут видеть в числе сотрудников. Когда же соискатель прощается и уходит, оставляя грязную чашку на столе перед потенциальным руководителем, то его кандидатуру вносят в «черный список»<sup>8</sup>.

С начала XX в. в Америке в деловых кругах во время деловых мероприятий получила распространение практика организации небольших перерывов с мини-фуршеттами, получившая название кофе-брейков. Достаточно быстро традиция кофейных пауз распространилась по всему миру, став частью делового этикета. Такие перерывы являются обязательными в ходе конференций, семинаров, тренингов и т.д. Причина утверждения в протоколе мероприятий кофейных пауз состоит не в том, что в эти промежутки можно продемонстрировать лицо организатора или развернуть рекламную кампанию, а в понимании эффективности небольшого отдыха от слушания речей, участия в дискуссиях, несколько минут кофе-брейка помогают расслабиться, снять усталость, переключиться. Это — время обмена опытом, активного нетворкинга. Завязанные в период кофе-пауз знакомства могут быть полезны в самых разных проектах.

Каких-либо строгих правил организации кофе-брейка нет, однако, есть несколько важных моментов, которые следует учитывать, для того, чтобы эти перерывы помогали, а не препятствовали эффективному взаимодействию участников мероприятий. Во-первых, есть строго регламентированное время самого мероприятия, которое позволяет рассчитать количество необходимых для кофейной паузы периодов и их продолжительность. Во-вторых, такие паузы предполагают устройство фуршетного стола, что делает атмосферу неформальной, позволяет немного расслабиться и даже размяться. Желательно, чтобы участники мероприятия не искали место, где установлен фуршетный стол, поэтому его по возможности следует приблизить к месту заседаний.

Кофе является важным элементом делового общения и во время переговоров. Вовремя и правильно поданная чашечка кофе может дать

8 Кальницкая Ю. Находчивый босс нашел простой способ проверять потенциальных сотрудников с помощью чашки кофе // URL: [https://www.passion.ru/news/karera/nakhodchiviyi-boss-nashel-prostoi-sposob-proveryat-potencialnykh-sotrudnikov-s-pomoshyu-chashki-kofe-03-06-2019.htm?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com](https://www.passion.ru/news/karera/nakhodchiviyi-boss-nashel-prostoi-sposob-proveryat-potencialnykh-sotrudnikov-s-pomoshyu-chashki-kofe-03-06-2019.htm?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com).

время на раздумье, помочь не торопиться с ответом, найти какой-то выход из тупиковой ситуации, в которой оказались собеседники. Даже при самой благоприятной переговорной ситуации кофе способствует закреплению атмосфер сотрудничества. Поэтому в уважающих себя, своих партнеров и клиентов организациях очень внимательно подходят к подаче кофе, стремясь к тому, чтобы продукт был высокого качества, правильно смолот и сварен, а также предложен в соответствии с правилами этикета. В частности, чашка должна быть заполнена напитком не более чем на две трети всего объема; при подаче ручка чашки повернута в левую сторону; ручка ложечки «смотрит» вправо и лежит перед чашкой с напитком. Желательно знать не только кофейные предпочтения гостей, но то, что они обычно употребляют с этим напитком — сливки, молоко, сахар, выпечку и пр. В сочетании с радушием хозяев такая чашечка кофе способна стать действенным инструментом налаживания прочных деловых связей.

И, конечно, надо не забыть, что во многих культурах кофе превратился в элемент повседневности. В Швеции имеется такой замечательный обычай, который называется «фика» (швед. *Fika*). Это — и перерыв в работе для того, чтобы попить кофе, и сама церемония приема кофе, обязательно горячего, с чем-нибудь вкусным и в хорошей компании. Считается, что многие всемирно известные шведские проекты, такие как АВВА или ИКЕА не стали бы таковыми без «фика». Но и в целом, имеется достаточная доля справедливости в утверждении, что в этом обычае заложена большая доля счастья. Есть шведская поговорка: «Кофе с друзьями — это счастье, пойманное в чашку»<sup>9</sup>.

Когда у человека имеется хорошее настроение, когда он доволен жизнью и даже счастлив, то ему хочется поделиться этими чувствами с другими. Также можно поделиться чашечкой кофе. В 2005 г. итальянский писатель и сценарист Тонино Гуэрра на радио ЭХО Москвы в программе «Книжное казино» рассказал о неаполитанской традиции «подвешенного кофе» (итал. *caffè sospeso*). По-русски правильнее было бы говорить о заранее оплаченном кофе, так как суть обычая состоит в том, чтобы посетитель кафе, заказав чашечку кофе себе, оставлял сумму на кофе для другого, которым может быть бедняк, не имеющий денег на это удовольствие, или человек, забывший кошелек. В декабре 2011 г. в Неаполе «Rete del Caffè Sospeso» (Сеть подвешенных кофе) при поддержке различных организаций и мэра города даже организовали специальный «День подвешенного кофе». Потихоньку эта практика стала распространяться и по другим городам Италии и иных стран, а также перешла в другие области

9     Линда Б. Fika, или шведское счастье в чашечке кофе. М.: Эксмо, Бомбора, 2018.

оказания услуг, где при заказе возможно оставить некоторую сумму на благотворительность.

Татьяна Мужижкая, профессиональный психолог, бизнес-тренер, автор тренинга «Зеркала», международный сертифицированный тренер НЛП, писатель и бард утверждает, что «центробежная сила действует на все предметы, которые находятся на вращающейся поверхности. Те, которые лежат на краю, она выталкивает наружу. А вот те, которые в центре, наоборот, удерживает»<sup>10</sup>. Она убедилась, что существуют разные уровни, на которых можно общаться с человеком, независимо от того, какое это общение — деловое, личное, дружеское, интимное или любовное, оно строится по одним и тем же законам. Мужижкая назвала эти уровни общения «законом кофе-латте». Его суть напоминает представление о культурном слое у археологов или понятии «слои земли» у геологов. Они имеются и в коммуникациях. С помощью трубочки можно пробовать кофе-латте слой за слоем, при этом еще и отделяя слой от слоя. По мнению Мужижкой, «пена — это обсуждение того, о чем говорят “в телевизоре” или интернете. Но пена — самый безопасный уровень, она создает иллюзию близости без близости, это очень безопасно, но она становится неинтересна тем, кто узнал глубину».

Открытие кофейни является хорошим началом бизнеса. Примеров, когда серьезные предприятия не просто возникали на основе идеи, рожденной за чашечкой кофе, но и выросли из небольших кофеен, очень много. Приедем лишь один: Владислав Быков, 19 лет, предприниматель из Барнаула, основатель компании *Coffee Bull* (кофе на вынос) в 2016 г. занял второе место на региональном этапе конкурса «Молодой предприниматель России»<sup>11</sup>. Внутри этой компании установлено правило трех «В»: взаимопомощь, взаимовыручка, взаимоуважение, отражающее идеальную корпоративную культуру.

Чашка кофе убедительно доказала свою эффективность в качестве индикатора культуры делового общения, она не только помогает в бизнесе, но и становится символом тепла, доброты и взаимопонимания.

### Библиографический список:

- [1] Бехар Г. Дело не в кофе. Корпоративная культура Starbucks. М.: Альпина Паблишер, 2010. 190 с.  
 [2] Кальницкая Ю. Находчивый босс нашел простой способ проверять потенциальных сотрудников с помощью чашки кофе // URL: [https://www.passion.ru/news/karera/nakhodchiviy-boss-nashel-prostoi-sposob-proveryat-potencialnykh-sotrudnikov-s-pomoshyu-chashki-kofe-03-06-2019.htm?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com](https://www.passion.ru/news/karera/nakhodchiviy-boss-nashel-prostoi-sposob-proveryat-potencialnykh-sotrudnikov-s-pomoshyu-chashki-kofe-03-06-2019.htm?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com).

10 Мужижкая Т. Закон чашки кофе латте // URL: <http://muzhitzkaya.ru/latte>.

11 Легко ли быть молодым: как в 19 лет создать бизнес, построенный на кофе и общении // URL: <https://biz360.ru/materials/kak-v-19-let-sozdat-biznes-postroenny-na-kofe-i-obshchenii>.

- [3] Корпоративная культура как основополагающий фактор успешного развития фирмы // URL: [https://knowledge.allbest.ru/management/2c0b65635a2bc68b5d53a89421216c37\\_1.html](https://knowledge.allbest.ru/management/2c0b65635a2bc68b5d53a89421216c37_1.html).
- [4] Кузьмин А. Как миллениалы развивают глобальную кофейную индустрию // URL: <http://kuzminblog.ru/kafe-na-azs/kak-millennialyi-razvivayut-globalnyuu>.
- [5] Легко ли быть молодым: как в 19 лет создать бизнес, построенный на кофе и общении // URL: <https://biz360.ru/materials/kak-v-19-let-sozdat-biznes-postroenny-na-kofe-i-obshchenii>.
- [6] Лейтес Ф. Напиток миллениалов. Что произошло на кофейном рынке в 2018 // URL: <https://www.forbes.ru/biznes/370983-napitok-millennialov-cto-proizoshlo-na-kofeynom-rynke-v-2018>.
- [7] Линда Б. Фика, или шведское счастье в чашечке кофе. М.: Эксмо, Бомбора, 2018. 192 с.
- [8] Мужницкая Т. Закон чашки кофе latte // URL: <http://muzhitskaya.ru/latte>.
- [9] Терновая Л.О. Войны в кофейном и чайном «пространствах» // Государственная служба. 2013. № 4. С. 54-57.
- [10] Терновая Л.О. «Кофейная» культура против культуры «чайной» // Этносоциум и межнациональная культура. 2013. № 1 (55). С. 122-129.
- [11] Что можно узнать о человеке по тому, какой кофе он пьет // URL: <https://lifehacker.ru/kofe-i-xarakter>.
- [12] Шульц Г., Йенг Д.Дж. Влейте в нее свое сердце. Как чашка за чашкой строилась Starbucks. СПб.: Стюкгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 288 с.
- [13] Hewitt R.G. Coffee: its history, cultivation, and uses. New York: D. Appleton and company, 1872. 102 p.

## References

- [1] Behar G. It's not about coffee. Starbucks Corporate Culture. М.: Alpina Publisher, 2010.190 p.
- [2] Kalnitskaya Yu. The resourceful boss found an easy way to check potential employees with a cup of coffee // URL: [https://www.passion.ru/news/karera/nakhodchiviy-boss-nashel-prostoi-sposob-proveryat-potencialnykh-sotrudnikov-s-pomoshyu-chashki-kofe-06-06-2019.htm?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com](https://www.passion.ru/news/karera/nakhodchiviy-boss-nashel-prostoi-sposob-proveryat-potencialnykh-sotrudnikov-s-pomoshyu-chashki-kofe-06-06-2019.htm?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com).
- [3] Corporate culture as a fundamental factor in the successful development of the company // URL: [https://knowledge.allbest.ru/management/2c0b65635a2bc68b5d53a89421216c37\\_1.html](https://knowledge.allbest.ru/management/2c0b65635a2bc68b5d53a89421216c37_1.html).
- [4] Kuzmin A. How millennials are developing the global coffee industry // URL: <http://kuzminblog.ru/kafe-na-azs/kak-millennialyi-razvivayut-globalnyuu>.
- [5] Is it easy to be young: how to create a business based on coffee and communication at the age of 19 // URL: <https://biz360.ru/materials/kak-v-19-let-sozdat-biznes-postroenny-na-kofe-i-obshchenii>.
- [6] Leites F. A drink of millennials. What happened on the coffee market in 2018 // URL: <https://www.forbes.ru/biznes/370983-napitok-millennialov-cto-proizoshlo-na-kofeynom-rynke-v-2018>.
- [7] Linda B. Fika, or Swedish happiness in a cup of coffee. М.: Eksmo, Bомбора, 2018. 192 p.
- [8] Muzhitskaya T. Law of a cup of coffee latte // URL: <http://muzhitskaya.ru/latte>.
- [9] Ternovaya L.O. War in the coffee and tea "spaces" // State service. 2013. № 4. P. 54-57.
- [10] Ternovaya L.O. "Coffee" culture versus "tea" culture // Ethnosocium and interethnic culture. 2013. № 1 (55). P. 122-129.
- [11] What can be learned about a person by the type of coffee he drinks // URL: <https://lifehacker.ru/kofe-i-xarakter>.
- [12] Schulz G., Yeng D.J. Pour your heart into it. Like cup by cup Starbucks was built. St. Petersburg: Stockholm School of Economics in St. Petersburg, 2005. 288 p.
- [13] Hewitt R.G. Coffee: its history, cultivation, and uses. New York: D. Appleton and company, 1872. 102 p.

**Вознесенский И.С.**

*Старший преподаватель,  
Московский автомобильно-дорожный  
государственный технический университет (МАДИ).*

**Индикаторы и двигатели корпоративной культуры:  
о роли кофе в организации труда**

**Аннотация.** Кофейная культура во многом может считаться образцом глобальной культуры. Не только потому, что она охватывает все регионы и почти все государства, создает собственные пространства, в которых людям наиболее комфортно общаться. В деловой среде кофейная культура имеет собственные функции, которые помимо коммуникативной направленности, позволяют решать творческие задачи, задумывать и реализовывать совместные проекты. Кроме того, кофейная культура побуждает думать о других людях, проявлять социальную ответственность и участвовать в благотворительных программах.

**Ключевые слова:** деловая среда, коммуникации, кофейная культура, благотворительность, корпоративная социальная ответственность.

**Voznesenkiy I.S.**

*Lecturer of the Department of Sociology  
and Management, Business coach, specialist  
in personal and collective effectiveness.*

**Indicators and engines of corporate culture:  
the role of coffee in the organization of labor**

**Abstract.** Coffee culture in many ways can be considered a model of global culture. Not only because it covers all regions and almost all states, it creates its own spaces in which people are most comfortable in communicating. In the business environment, the coffee culture has its own functions that, in addition to the communicative orientation, make it possible to solve creative problems, create and implement joint projects. In addition, coffee culture encourages thinking about other people, to show social responsibility and participate in charity programs.

**Key words:** business environment, communications, coffee culture, charity, corporate social responsibility.

## Аннотации

Рябова Е.Л.

Терновая Л.О.

«Большие обещания уменьшают доверие»: мысли о роли доверия в истории.

### От редакции

История человечества особенно ярко и драматично предстает в ее описании посредством раскрытия того, как в тот или иной этап его развития люди относились друг к другу, к власти и другим социальным институтам, доверяли им или, наоборот, испытывали недоверие. Чем сложнее система общественных связей, тем более показателен анализ состояния доверия в обществе для понимания его безопасности.

**Ключевые слова:** доверие, социальный капитал, холодные общества, теплые общества, международные институты, власть.

Абазалиева М.М.

Урчукова С.Р.

### Политико-правовое обеспечение информационной политики Российского государства в сфере оказания государственных услуг населению

В современных условиях, всеобщая глобализация, компьютеризация общества и динамичное развитие новых информационных отношений обусловили необходимость в их законодательном закреплении. Действующие нормативно-правовые акты федерального и регионального уровня в сфере государственной информационной политики определяют нормы, которые, обеспечивают возможность получения и обязанность предоставления электронных государственных и муниципальных услуг, позволяющих существенно повысить эффективность решения задач, связанных с обработкой большого количества данных, значительно повысить их качество, интенсифицировать взаимодействие государственных органов власти в современных условиях.

**Ключевые слова:** информация, информационное общество, нормативно-правовые акты, государственные услуги.

Дармилова Э.Н.

Сидаков А.М.

### Роль государственной информационной политики в формировании и развитии государственных услуг в России

Государственная информационная политика занимает центральное место в системе регулирования социальных и политических отношений в современном информационном обществе и во многом способствует созданию и развитию новой системы информационно-коммуникационных отношений, способствующих обеспечению населения высоким уровнем доступности информации и предоставлению качественных государственных услуг. На современном этапе развития России деятельность органов власти, государственных и муниципальных учреждений,

включенных в систему оказания государственных услуг невозможна без использования информации, информационных технологий, сети Интернет. Внедрение информационных технологий в управление государством позволяет менять сущность государственного управления на институциональном уровне в условиях перехода от бюрократического государства с социально-сервисному.

**Ключевые слова:** государственная информационная политика, информационное общество, государственные услуги, информация, информационные технологии.

*Бадахова И.Т.*

*Джазева И.А.-А.*

*Кубанова М.Н.*

**История взаимоотношений органов государственной власти и общества по оказанию электронных государственных услуг**

С развитием электронных средств массовой информации и информационных технологий были рассмотрены функции и роль информации в жизни общества, тенденции формирования информационного общества в глобальном масштабе, процессы взаимоотношений органов государственной власти и граждан, а информационные технологии определены как решающий фактор, влияющий на формирование социально-экономической основы нового общества.

**Ключевые слова:** органы государственной власти, граждане, информационные технологии, взаимоотношения государства и общества.

*Авдеев Б.А.*

*Рябова Е.И.*

**Территории роста: рынок региональных экономических форумов России**

В статье рассмотрен уникальный опыт России по организации региональных экономических форумов, насчитывающих около двух десятилетий. За этот относительно небольшой исторический период эти площадки превратились в мощный инструмент продвижения региональных экономических проектов. Сложился особый рынок региональных экономических форумов. Они стали привлекательной для молодых предпринимателей и для налаживания GR-коммуникаций.

**Ключевые слова:** регион, экономический форум, инвестиции, стейкхолдеры, GR-коммуникации.

*Миронова Т.А.*

**Типология российского студенчества как отражение каналов его политической коммуникации: сто лет назад и сейчас**

Автор прослеживает изменения в типологии российского студенчества за столетие, используя разные источники. Одним из самых ярких является серия открыток художника Кадулина, выпущенная в начале XX в. под названием «Типы студентов». Однако все кардинальные социально-политические перемены в нашей стране не привели за сто лет к коренному изменению в типологии вузовской молодежи. Это во многом обусловлено характером самого высшего образования.

**Ключевые слова:** высшее образование, российское студенчество, политическая коммуникация, история, социология, типология.

***Терновая Л.О.***

**История «конфетной» агитации: от повседневности до геополитики**

В статье анализируется история создания и распространения конфет, которые играли роль не только сладости, помогающей создать радостное настроение, сформировать положительные эмоции, но и средства коммуникации. Конфеты, связывая людей разных стран и культур, передавали информацию об их жизни с помощью богатого языка символов, включая вкусовые и визуальные. Кондитерская продукция выступает неизменным атрибутом любого праздника — от личного до государственного. Конфеты стали неотъемлемой частью дипломатического протокола. Широта распространения и разнообразие кондитерских изделий позволяет использовать их как носителя информации просветительского характера. То, что на производстве конфет работали выдающиеся кондитеры, а к художественному оформлению оберток и коробок конфетной продукции привлекали известных художников, усиливало воздействие этих изделий на потребителя. Конфеты превратились в мощный инструмент политической пропаганды. И по ним, как по ценному источнику истории повседневности, можно судить о социально-политических настроениях общества и способности государственной власти эти настроения улавливать.

**Ключевые слова:** геополитика, продовольствие, дипломатия, история повседневности, национальная идентичность, прагматонимика, нейминг.

***Вознесенский И.С.***

**Индикаторы и двигатели корпоративной культуры: о роли кофе в организации труда**

Кофейная культура во многом может считаться образцом глобальной культуры. Не только потому, что она охватывает все регионы и почти все государства, создает собственные пространства, в которых людям наиболее комфортно общаться. В деловой среде кофейная культура имеет собственные функции, которые помимо коммуникативной направленности, позволяют решать творческие задачи, задумывать и реализовывать совместные проекты. Кроме того, кофейная культура побуждает думать о других людях, проявлять социальную ответственность и участвовать в благотворительных программах.

**Ключевые слова:** деловая среда, коммуникации, кофейная культура, благотворительность, корпоративная социальная ответственность.

## Abstracts

Ryabova E.L.

Ternovaya L.O.

**“Big promises reduce trust”: thoughts about the role of trust in history. From the Editor**

The history of mankind is particularly vivid and dramatic in its description by revealing how people at one stage or another of its development treated each other, the government and other social institutions, trusted them or, on the contrary, experienced mistrust. The more complex the system of public relations, the more revealing is the analysis of the state of trust in society for understanding its security.

**Key words:** trust, social capital, cold societies, warm societies, international institutions, power.

Abazalieva M.M.

Urchukova S.R.

**Political and legal support of the information policy of the Russian state in the provision of public services to the population**

In modern conditions, universal globalization, the computerization of society and the dynamic development of new information relations have made it necessary to consolidate them in legislation. The current regulatory and legal acts of the federal and regional level in the field of state information policy determine the norms that provide the opportunity to receive and the obligation to provide electronic state and municipal services, which can significantly increase the efficiency of solving problems associated with the processing of large amounts of data, significantly improve their quality, to intensify the interaction of state authorities in modern conditions.

**Key words:** information, information society, legal acts, public services.

Darmilova E.N.

Sidakov A.M.

**The role of public information policy in formation and development of the sphere of public services in Russia**

State information policy occupies a central place in the system of regulation of social and political relations in the modern information society and in many respects contributes to the creation and development of a new system of information and communication relations that contribute to providing the population with a high level of accessibility of information and the provision of high-quality public services. At the present stage of development of Russia, the activities of government bodies, state and municipal institutions included in the system of public services are impossible without the use of information, information technology, the Internet. The introduction of information technology in state administration allows changing the essence of state administration at the institutional level in the transition from a bureaucratic state to a social service one.

**Key words:** state information policy, information society, public services, information, information technology.

Badakhova I.T.

Dzhazaeva I.A.-A.

Kubanova M.N.

**The history of relations between public authorities and society for the provision of electronic public services**

With the development of electronic media and information technologies, the functions and role of information in society, the trends in the formation of the information society on a global scale, the processes of relations between public authorities and citizens were considered, and information technologies are defined as a decisive factor affecting the formation of the socio-economic basis new society.

**Key words:** public authorities, citizens, information technology, relations between the state and society.

Avdeev B.A.

Ryabova E.I.

**Territories of growth: the market of regional economic forums in Russia**

The article describes the unique experience of Russia in organizing regional economic forums with about two decades. During this relatively short historical period, these sites have become a powerful tool for promoting regional economic projects. There is a special market for regional economic forums. They have become attractive for young entrepreneurs and for the establishment of GR-communications.

**Key words:** region, economic forum, investments, GR-communications, stakeholders.

Mironova T.A.

**Typology of Russian students as a reflection of the channels of its political communication: a hundred years ago and now**

The author traces changes in the typology of Russian students over the century, using different sources. One of the most striking is the series of postcards by the artist Kadulin, released at the beginning of the 20th century titled "Types of Students." However, all the fundamental socio-political changes in our country did not lead in a hundred years to a fundamental change in the typology of university students. This is largely due to the nature of higher education itself.

**Key words:** higher education, Russian students, political communication, history, sociology, typology.

Ternovaya L.O.

**The history of "candy" campaign: from everyday life to geopolitics**

This article analyzes the history of creation and distribution of sweets, which played the role of not only sweets, helping to create a joyful mood, to generate positive emotions, but also the means of communication. Candy, connecting people of different countries and cultures, conveyed information about their lives through a rich language of symbols, including taste and visual. Confectionery products are an invariable attribute of any holiday - from personal to state. Candies became an integral part of the diplomatic protocol. The breadth of distribution and the variety of confectionery products makes it possible to use them as an information carrier of an enlightening nature. The fact that outstanding confectioners worked in the production of sweets, and the art of wrappers and boxes of candy products attracted famous artists, reinforced the impact of these products on the consumer. Candy turned into a powerful tool of political propaganda. And according to them, as a valuable source of the history of everyday life, one can judge the socio-political moods of society and the ability of state authorities to capture these sentiments.

**Key words:** geopolitics, food, diplomacy, the history of everyday life, national identity, pragmatism, naming.

Voznesenckiy I.S.

**Indicators and engines of corporate culture: the role of coffee in the organization of labor**

Coffee culture in many ways can be considered a model of global culture. Not only because it covers all regions and almost all states, it creates its own spaces in which people are most comfortable in communicating. In the business environment, the coffee culture has its own functions that, in addition to the communicative orientation, make it possible to solve creative problems, create and implement joint projects. In addition, coffee culture encourages thinking about other people, to show social responsibility and participate in charity programs.

**Key words:** business environment, communications, coffee culture, charity, corporate social responsibility.

## Авторы

**Абазалиева М.М.** - кандидат политических наук, доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин, Северо-Кавказская государственная академия.

**Авдеев Б.А.** - кандидат политических наук. Региональная общественная организация поддержки социальных программ города «Город – XXI век».

**Бадахова И.Т.** - кандидат исторических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления и политологии, Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева.

**Вознесенский И.С.** - старший преподаватель, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ).

**Дармилова Э.Н.** - кандидат исторических наук, доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин, Северо-Кавказская государственная академия.

**Джазева И.А.-А.** - кандидат исторических наук, доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин, Северо-Кавказская государственная академия.

**Кубанова М.Н.** - кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей истории, Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева.

**Миронова Т.А.** - старший преподаватель, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ).

**Рябова Е.И.** - юрист 2 класса, кандидат политических наук, доцент кафедры трудового права, права социального обеспечения и профсоюзных дисциплин Института экономики и права (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений» в г. Севастополе, руководитель научного и общественно-политического проекта «Альманах Крым».

**Рябова Е.Л.** - доктор политических наук, главный редактор журнала «Этносоциум и межнациональная культура».

**Сидяков А.М.** - кандидат политических наук, доцент кафедры уголовно-правовых дисциплин, Московский институт деловой карьеры, филиал в Карачаево-Черкесской республике.

**Терновая Л.О.** - доктор исторических наук, профессор, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет.

**Урчукова С.Р.** - кандидат политических наук, доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин, Московский институт деловой карьеры, филиал в Карачаево-Черкесской республике.

---

---

## Authors

**Abazalieva M.M.**, Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Department of Philosophy and Humanities, North Caucasus State Academy.

**Avdeev B.A.**, Candidate of Holitical Sciences. Regional public organization to support social city programmes “The city in the XXI century”.

**Badakhova I.T.**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration and Political Science, Aliyev’s Karachay-Cherkess State University.

**Darmilova E.N.**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy and Humanities, North Caucasus State Academy.

**Dzhazaeva I.A.-A.**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy and Humanities, North Caucasus State Academy.

**Kubanova M.N.**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Department of World History, Aliyev’s Karachay-Cherkess State University.

**Mironova T.A.**, Senior Lecturer, Moscow Automobile and Road Construction University.

**Ryabova E.I.**, 2nd Class Lawyer, Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of theoretical and public law courses, Institute of Economics and Law (affiliate) educational institutions of higher education unions «Academy of Labor and Social Relations» in Sevastopol.

**Ryabova E.L.**, Doctor of Political Sciences, Professor, International Publishing Center.

**Sidakov A.M.**, Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Criminal Law Disciplines, Moscow Institute of Business Career, a branch in the Karachay-Cherkess Republic.

**Ternovaya L.O.**, Doctor of Historical Sciences, Professor MADI (The Moscow Automobile and Road Construction University).

**Urchukova S.R.**, Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Department of Civil Law Disciplines, Moscow Institute of Business Career, a branch in the Karachay-Cherkess Republic.

**Voznesenckiy I.S.**, Lecturer of the Department of Sociology and Management, Business coach, specialist in personal and collective effectiveness.

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР  
«ЭТНОСОЦИУМ»**

Журнал «ЭТНОСОЦИУМ и межнациональная культура»  
входит в перечень ВАК РФ

В составе редакционного совета ведущие государственные, общественные деятели, выдающиеся российские и зарубежные ученые. В работе журнала участвуют все регионы России, страны Латинской Америки, Китая, Европы. Журнал распространяется во всех органах государственной власти России (во всех регионах), в посольствах зарубежных стран и за рубежом.

**ИЗДАТЕЛЬСТВО ОСУЩЕСТВЛЯЕТ:**

создание, регистрацию, издание и продвижение журналов и альманахов; помощь во всех вопросах, в том числе в юридических, бухгалтерских, арендных, кадровых.

Редакционная подготовка

(литературное и техническое редактирование), дизайн.

Рецензенты и оппоненты, доктора наук и профессора.

Издаем книги, монографии, авторефераты, учебные пособия и др. на высоком уровне, нужным тиражом!

В процесс выпуска книги входит:

- \* допечатная доработка (по желанию автора);
- \* редактирование;
- \* корректура;
- \* подготовка электронного макета;
- \* присвоение ISBN;
- \* присвоение кодов УДК, ББК и авторского знака;
- \* разработка дизайна обложки;
- \* печать тиража (различными способами: офсет, цифра);
- \* передача 16 экземпляров в Книжную палату;
- \* рассылка готового тиража по территории РФ.

Все изданные нами книги проходят рецензирование и квалифицированную предпечатную подготовку.

[www.etnosocium.ru](http://www.etnosocium.ru)  
тел: +7 (495) 708-30-00  
e-mail: [etnosocium@mail.ru](mailto:etnosocium@mail.ru)