МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВСЕРОССИЙСКИЙ ИНСТИТУТ НАУЧНОЙ И ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ
РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК
(ВИНИТИ РАН)

НАУЧНО • ТЕХНИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Серия 1. ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДИКА ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЫ

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ СБОРНИК

Издается с 1961 г. № 2 Москва 2022

ОБЩИЙ РАЗДЕЛ

УДК 001.92:004:316.7

Я.В. Данилина

Популяризация науки как элемент инновационных коммуникаций*

Рассматриваются современные проблемы популяризации науки в их взаимосвязи с созданием национальной инновационной системы (НИС) России. Показано, что для формирования эффективных инновационных коммуникаций в обществе должна превалировать инновационная культура, способствующая положительному, конструктивному и деятельному восприятию обществом новых знаний, открытий и изобретений. Одним из значимых факторов инновационной культуры, наравне с образованием, является деятельность по популяризации науки. Выявлены и проанализированы современные задачи научной популяризации, представлены цифровые инструменты ее реализации. Показана роль институтов научно-технической информации как организаторов научных коммуникаций и их возможности по воздействию на формирование инновационной культуры общества.

Ключевые слова: *популяризация науки, научные коммуникации, национальная инновационная система, инновационные коммуникации, инновационная культура, информация, знания, цифровизация, информационные технологии*

DOI: 10.36535/0548-0019-2022-02-1

* Статья подготовлена по результатам исследования, выполненного в рамках Государственного задания № 0003-2021-0008 «Разработка концепции научной популяризации и управления научными знаниями»

ВВЕДЕНИЕ

Развитие инновационной экономики – это глобальный мировой тренд, основанный на повышении роли знаний и человеческого капитала как факторов экономического роста. Основой такого развития является создание национальной инновационной системы (НИС), рамочных условий, обеспечивающих благоприятный институциональный климат и бизнес-среду с достаточным уровнем конкурентности.

Национальная инновационная система – это система по воспроизводству знаний, в которой знание проходит сложный цикл от возникновения новой идеи до ее практической реализации. НИС составляют следующие основные подсистемы: производства нового знания (фундаментальная наука, НИОКР), использования (воплощения) нового знания и его коммерциализации (бизнес среда), подсистема, создающая рамочные условия для ее функционирования (государство). Целостность НИС обеспечивается взаимодействием ее основных подсистем [1].

Формирование теории национальной инновационной системы началось в 1980-х гг. [2–5], развитие её продолжается в связи с реализацией на практике различных по своей конфигурации моделей в разных социально-экономических условиях, которые определяются спецификой исторического, культурного и ментального контекста развития национальных экономик [6]. Наиболее перспективной и жизнеспособной на сегодняшний день показала себя модель Тройной спирали, в основе которой лежит горизонтальное, сетевое взаимодействие между субъектами НИС (государство, наука, бизнес). Причем, субъекты в этой модели вступают в коллаборационные взаимодействия, принимая на себя часть функций друг друга.

Модели Тройной спирали развиваются путем уточнения состава субъектов НИС. В частности, известны варианты добавления в модель четвертого элемента в виде гражданского общества [7] или образования как самостоятельного элемента [8]. В первом случае речь идет о странах с сильными институтами влияния общества на проводимую государством политику, что характерно, прежде всего, для развитых стран мира. Образование предложено выделить в модели российской НИС для отображения исторически сложившегося разделения науки и образования. Единым для всех модификаций остается требование к тесным горизонтальным взаимосвязям элементов системы, что обусловлено самим процессом воспроизводства инноваций.

По определению, данному в Руководстве по сбору и анализу данных по инновациям (Руководство Осло) [9], инновации – это новый или усовершенствованный продукт или процесс (или их комбинация) значительно отличающийся от предыдущих продуктов или процессов, производившихся в организации, и доступный потенциальным пользователям или введенный в эксплуатацию.

В современном мире процесс воспроизводства инноваций носит нелинейный характер. Источник инноваций – синергетический эффект, возникающий в результате взаимодействия участников инновационного процесса [10]. Именно тесное взаимодействие элементов системы приводит к тому, что она не является аддитивной суммой качеств составляющих ее элементов. Новые знания могут возникать в разных подсистемах НИС и для эффективной работы системы в целом они должны находить кратчайший по времени и другим затратам путь к своей реализации. Этот путь и является результатом взаимодействия субъектов национальной инновационной системы, поэтому в большой степени ее эффективность зависит от эффективности этих взаимодействий.

В системе классификаций функционирующих на сегодняшний момент инновационных систем отечественная НИС относится к моделям смешанного типа, которые базируются на традиционной модели [11, 12], реализованной в странах Западной Европы. В моделях такого типа государство через механизмы государственно-частного партнерства, гранты и стимулирование создания научно-исследовательских центров оказывает поддержку производству инноваций на всех стадиях его цикла [13].

В национальной инновационной системе России имеется весь набор элементов, необходимых для полного цикла воспроизводства знаний, однако качественные и количественные характеристики связей между государством, наукой, бизнесом, образованием и обществом в нашей стране не соответствуют современным требованиям непрерывного создания инноваций и использования их для обеспечения экономического роста и повышения благосостояния общества. В числе проблем взаимосвязанности элементов НИС в Российской Федерации отмечается неэффективность инновационных коммуникаций [14], под которыми, в данном контексте, будут пониматься процессы передачи знаний и информации между участниками цикла создания инновации. Анализ практики инновационных коммуникаций в нашей стране позволил выделить проблемы:

- доступности информации для участников инновационного процесса о разработках, технических и технологических возможностях и компетенциях друг друга;
- трансфера самих знаний и технологий, связанные с несовершенством нашего законодательства в области интеллектуальной собственности, а также с фрагментарностью и неравномерностью развития регионов, отраслей и предприятий, высших учебных заведений и научных организаций в нашей стране;
- взаимопонимания, вызванные различиями в мотивациях, разнонаправленности целей и задач, различных горизонтах планирования, представлениях о конечном результате деятельности, а также разными языками общения участников инновационного процесса.

Эффективность инновационных коммуникаций зависит от характеристик соответствующих инструментов передачи знаний и информации, а также систем их воспринимающих. Представляется, что для формирования эффективных инновационных коммуникаций в обществе должна превалировать инновационная культура, способствующая положительному, конструктивному и деятельному восприятию обществом новых знаний, открытий и изобретений. Наравне с образова-

нием, одним из значимых факторов формирования инновационной культуры, является деятельность по популяризации науки. В условиях формирования экономики, основанной на знаниях и инновациях, популяризация науки приобретает новое значение и новый инструментарий.

ИННОВАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК СРЕДА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Проблемы позитивного и конструктивного отношения общества к достижениям науки, прорывным открытиям и изобретениям уже давно стала предметом внимания ученых. Известно, что К.Э. Циолковский в своих работах «Гений среди людей» (1918 г.) и «Двигатели прогресса» (1927 г.) рассматривает большое количество открытий и изобретений, которые не нашли отклика у современников, не были приняты научным сообществом в момент возникновения, хотя впоследствии стали основой взглядов и технологий, обеспечивших человечеству выход на новый уровень научно-технического прогресса. Рассуждая о причинах, не позволивших обществу в целом и профессиональному сообществу в частности оценить перспективы и ценность гениальных открытий, ученый делает попытку сформировать видение необходимых мер для повышения восприимчивости общества к новому [15].

Осознание необходимости целенаправленно формировать не только лояльное, но и творческое, деятельное отношение к новым знаниям, а также к изменениям, которые последуют за появлением новых открытий и изобретений, впервые официально было отражено в 1995 г. в «Зеленой книге инноваций» Европейской комиссии [16]. В этом и последовавших за ним документах, в качестве одного из стратегических ресурсов [17] для создания инновационной системы Европейского союза, предлагается рассматривать такое понятие, как инновационная культура общества. Помимо мер по распространению инновационной культуры в сферах образования, производства, государственных структурах, в этих документах обоснована необходимость повышения информированности «широких кругов населения» в области научно-технического прогресса и реализации его достижений на практике.

В России в 1999 г. по инициативе Института стратегических инноваций деятелями науки, искусства и культуры, представителями государственных организаций была подписана Национальная хартия инновационной культуры, в которой были сформулированы цели и задачи развития инновационной культуры в российском обществе и пути решения этих задач [18].

Для нашего ракурса исследования проблемы наиболее полным является определение инновационной культуры как области общекультурного процесса, характеризующей степень восприимчивости личностью, группой, обществом различных новшеств в диапазоне от толерантного отношения до готовности и способности к превращению их в инновации. Это определение дано Б.К. Лисиным в работе [19], в которой он рассматривает это понятие в его взаимосвязи с другими характеристиками жизни общества и возможностями развития экономики знаний, и отмечает, что инновационная культура способствует обнаружению новых путей создания ценностей. Показывая уровень развития инновационных процессов и участия в них людей, а также степень удовлетворенности участников автор считает, что инновационная культура является одним из ключевых компонентов общей культуры и поэтому имеет национальную специфику, которая выражается в том, что соотношение инновационного и традиционного в той или иной культуре может способствовать или препятствовать возникновению инноваций. Такое утверждение совпадает с выводами, которые были сделаны в результате исследования вопросов взаимосвязи инновационной культуры общества и характеристик национального менталитета [20]. Считается уже установленным, что инновации должны быть не только созданы и реализованы, но и институционально закреплены в обществе, а для этого необходимо рациональное сочетание и баланс традиционного и инновационного [21]. Игнорирование традиционно сложившихся в обществе опыта и ценностей в процессе внедрения инноваций приводит к отторжению нового или его деформации и реализации в неэффективной форме [22]. Но перевес в сторону традиционного также препятствует восприятию обществом нового и его реализации.

Можно привести пример ретроспективного анализа инновационной культуры в России, который позволил исследователям утверждать, что для нашей страны уже на протяжении почти трех веков характерна тенденция к преобладанию сильных фундаментальных научных школ и секторов генерации нового знания в сочетании с низкой способностью практической реализации и коммерциализации созданных новых знаний [22]. Эта тенденция продолжается по сей день [20] и подтверждается, как российскими, так и зарубежными исследованиями.

Получается ситуация, когда осуществляется производство нового знания, но возникают сложности с его передачей следующим участникам инновационного процесса, которые должны его воспринять, придумать как его использовать на практике и в результате получить новую ценность. Проблема акта передачи нового знания «в работу» объясняется, в том числе, культурными особенностями наших ученных и инновационных менеджеров. Среди таких особенностей отмечают: увлеченность творческой стороной работы и пренебрежение ее практическим воплощением; склонность менеджеров к принятию инвестиционных решений в пользу проектов с коротким сроком окупаемости; предпочтение обеспечивать конкурентные преимущества за счет неэкономических отношений, в том числе выстраивать инновационные связи вне зависимости от экономической целесообразности [23–25].

В России наблюдается традиционное отношение общества к предпринимательству как к не совсем достойному занятию, что сначала определялось следованием старой европейской традиции времен распада феодализма, затем социалистической идеологией, после краха социалистической системы коррупционным поведением олигархов и «неправедными» ис-

точниками накопления капиталов в постсоветский период [20, 26].

В результате наша инновационная культура не способствует налаживанию надежных каналов связи между создателями новых знаний, разработчиками способов их использования и потребителями инновационных продуктов.

Решением этой проблемы может быть только комплекс мер по развитию инновационной культуры всего общества, так как именно культура является той средой, от которой зависят характеристики инновационных связей: уровень восприимчивости к новому, уровень доверия между участниками инновационного процесса, целевые и ценностные установки участников инновационного процесса. Необходимо более активное взаимное проникновение или коллаборация областей производства, распространения, реализации и потребления знаний. Одним из основных факторов такого проникновения является возможность использования общего, понятного всем участникам языка и сопоставимого уровня понимания предметных областей, в которых продуцируется новое знание. Объективным препятствием на пути взаимопонимания встает проблема специфичности научного языка, а также часто высокий уровень абстракции решаемых учеными задач. Преодолению сложности восприятия научных знаний участниками воспроизводства инноваций способствуют практики популяризация науки, которая имеет достаточно давнюю историю. Однако, в современном быстро меняющемся мире, возникает необходимость поиска новых форм и совершенствования инструментария научной популяризации, а также актуализации взглядов на ее место в развитии общества и инновационной культуре, в частности.

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ НАУКИ – ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Рассматривая историю популяризации науки, исследователи исходят из того, что она развивается параллельно с историей самой науки [27]. Считается, что как самостоятельный вид деятельности популяризация науки начинает выделяться в Европе XV—XVI вв., когда появляется учебно-прикладная литература, что было связано с потребностью распространения профессиональных знаний среди растущего класса ремесленников и работников мануфактур, а также с изобретением печатного станка и распространением технологии производства бумаги по всей Европе. В XVII в. в период интенсивного развития науки появляются первые научные организации и первые научные журналы, которые, развиваясь, становились главными инструментами взаимодействия ученых. Более популярными источниками информации о достижениях науки были альманахи и, начавшие выходить с середины XVIII в. энциклопедии. Промышленная революция конца XIX – начала XX вв. способствовала появлению аудитории, которой были необходимы научные знания для применения их на практике. В этот период возникает ряд таких научно-популярных журналов, как «*Nature*», «*Scientific American*» и «*National Geographic*». Далее появляются специальные организации, занимающиеся содействием развитию науки и ее популяризации, – это Британская ассоциация содействия развитию науки (*British Association for Advancement of Science*) и Американская ассоциация содействия развитию науки (*American Association for Advancement of Science*). В XX в. вместе с масштабным увеличением количества печатных изданий появляются другие средства массовой информации, что позволяет еще больше расширить аудиторию и использовать разные формы популяризации для распространения научных знаний [28, 29].

В России начало истории популяризации науки связывают с такими именами, как Петр I, при котором была напечатана первая газета «Ведомости», М.В. Ломоносов, А. Кантемир, Н.И. Новиков, Л. Магницкий, чьи произведения были обращены к широкому кругу читателей и нацелены не только на представление знаний в предметной области, но и на формирование мировоззрения в соответствии с научными достижениями того времени. Первым полноценным русским научно-популярным изданием считается журнал «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие», который выпускала (1755–1764 гг.) в Санкт-Петербурге Императорская Академия наук. Миссия журнала декларировала не только научное, но и прикладное назначение в «экономии, в купечестве, в рудокопных делах, в мануфактурах, в механических рукоделиях, в архитектуре, в музыке, в живописном и разном художествах» [30].

Развитие капиталистического производства в XIX в., а также реформы Александра I, в результате которых произошла некоторая либерализация печати, способствовали созданию новых периодических изданий с разной специализацией (например, «Журнал мануфактур и торговли», «Журнал путей 101 сообщения»), направленных на дело просвещения и повышения интереса к науке. Стали выпускаться такие издания, как «Русское слово», «Дело», «Европеец», «Телескоп», в которых публиковались статьи философского, естественнонаучного и прикладного характера. В этот же период выходят энциклопедические научно-популярные журналы: «Общезанимательный вестник» и «Вокруг света», журналы «Природа», «Природа и люди», «Природа и жизнь», а также несколько медицинских изданий. В журнале «Природа и люди», например, работал Я.И. Перельман, автор множества популярных трудов, составивших основу развившейся впоследствии «занимательной науки», которая, по мнению исследователей данной тематики, «совпадает с рождением феномена государственной научно-технической политики на фоне мировых войн» [31].

В советский период популяризации науки придавалось огромное значение, и реализовывался системный подход к распространению научных знаний на всей территории СССР. Мобилизационный характер экономики, задачи ускоренной индустриализации, потери в Великой отечественной войне, закрытость экономики и идеологическая обособленность – все это требовало буквально тотального просвещения. Для решения таких масштабных задач в 1947 г. было создано общество «Знание», которое имело четкую

структуру, и было представлено во всех республиках, краях, областях, национальных округах, в городах и районах на территории СССР. В своей деятельности общество использовало весь доступный на тот момент арсенал инструментов массовых коммуникаций: организовывало по всей стране публичные лекции, доклады, чтения, консультации и беседы, выпускало научно-популярные журналы высокого качества, участвовало в создании научных и научно-популярных фильмов, передач на радио и телевидении. Общество располагало такими площадками, как Центральный лекторий, Планетарий, Политехнический музей, Центральная политехническая библиотека, Опытно-экспериментальная фабрика наглядных пособий и демонстрационной аппаратуры, а также лекториями, планетариями, домами научно-технической пропаганды во многих крупных городах СССР [32]. Кроме общества «Знание», государство обеспечивало работу кружков и секций научно-технической и художественной, в широком смысле слова, направленности для школьников и молодежи, а также занималось пропагандой научного мышления и положительного образа ученого.

Изменение идеологической направленности и приоритетов экономического развития во время перестройки привело в упадок сферу научной популяризации в нашей стране. Однако на сегодняшний момент можно говорить о постепенном возрождении отечественной научной популяризации в актуальных для современного технологического, социально-экономического и мирового уровня формах.

Краткий ретроспективный обзор показывает, что для каждой эпохи были характерны свои задачи, методы, способы и инструменты популяризации, которые соответствовали технологическому, социально-экономическому, политическому и культурному укладу общества на тот период времени, а также тем целям и задачам, которые должно было решать общество. Можно проследить тенденцию, которая заключается в том, что выход на новый уровень технологического развития сопровождается повышением активности в области популяризации науки. Представляется, что это связано не только с необходимостью подготовки кадров с новыми компетенциями, здесь первенство, конечно, принадлежит системе образования, но и с необходимостью поднимать на новый уровень инновационную культуру, которая является питательной и связующей средой для распространения и укоренения нового технологического уклада, а также для возникновения новых подходов к применению в разных сферах возможностей передовых технологий. Именно для этого общество в целом и люди его составляющие должны обладать определенным уровнем знаний, потенциалом восприятия и продуцирования новшеств, положительного отношения к переменам, т. е. всем тем, что называется инновационной культурой. В этом смысле популяризация науки играет большую роль, поскольку в доступной форме представляет для широкой аудитории как те знания, которые уже стали фундаментальными, так и самые передовые открытия, изобретения, достижения и даже спорные вопросы науки. Таким образом, популяризация науки способствует одновременно и сохранению традиционной, и развитию инновационной составляющей культуры общества, баланс между которыми важен для инновационного развития национальной экономики.

СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ И ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ

Особенности современного этапа развития человеческого общества, которые определяют цели и задачи популяризации, заключаются в таких тенденциях как увеличение частоты технологических изменений, значительное возрастание количества обрабатываемой человеком разнородной информации и повышение скорости ее изменения, а также цифровизация большей части производственных и бытовых процессов. Технологии не только быстро сменяют друг друга, но и с высокой скоростью распространяются во всех сферах жизни общества и отдельного человека. Это приводит, с одной стороны, к размыванию границ между наукой и обществом, так как людям приходится осваивать новые технологии в быту и в профессиональной деятельности, чтобы не быть исключенными из современной цивилизации. Необходимость освоения новых технологий, лояльное отношение к быстрым изменениям становятся неотъемлемой частью не только профессиональных, но и общекультурных навыков. С другой стороны, наблюдается усложнение научного языка и, соответственно, затруднение коммуникации между научным миром, сферой практического использования знаний и его потребителями. Одновременно специалисты наблюдают фрагментацию научного языка, его терминологии в рамках даже одной предметной области исследования или разделов одной научной дисциплины [33].

В ответ на современные тенденции популяризация науки трансформирует свои подходы и инструментарий для решения задач созвучных потребностям общества. Во всем мире для обозначения этой области деятельности общепринятым стал термин «научные коммуникации» (*science communication*). Область исследования проблем, связанных с научными коммуникациями, развилась за последние 20–30 лет на основе практик популяризации науки, социологии, теории массовых коммуникаций, журналистики, PR, музееведения и ряда других видов деятельности [34]. Различают внутренние и внешние научные коммуникации.

Внутренние научные коммуникации (*scientific communication*) – это обмен информацией и знаниями внутри научного сообщества [34]. В результате внутренних научных коммуникаций осуществляется передача вновь созданного научного знания от его автора в профессиональную среду [33], которая способна провести экспертизу на предмет включения этого знания в разряд истинного [35]. На его основе могут выполняться дальнейшие исследования в данной, а также в смежных отраслях науки. Задачи такого вида коммуникаций – это снятие понятийных барьеров внутри и в междисциплинарном пространстве, поиск возможности кооперации с учеными из других стран и других предметных областей. Традиционными инструментами внутренних научных коммуникаций служат научные

публикации, рецензирование статей коллег, научные мероприятия различных форматов, совместные исследования и проекты, неформальные контакты ученых.

Внешние научные коммуникации (*science communication*) – это передача научных знаний от ученых во внешнюю среду. Внешняя для науки среда – это общество, государство, бизнес и образование, т. е. участники дальнейшего преобразования полученного учеными нового знания. Задачи и способы внешних коммуникаций, в некоторых случаях, будут зависеть от контрагента по коммуникации, взаимных ожиданий и конечных целей. Однако задача представления научного знания в доступной для непрофессионалов форме остается универсальной. Традиционные способы внешних научных коммуникаций – это публикации в научно-популярных журналах, публичные лекции, консультации, телевизионные передачи, выставки, музеи и т.п.

Новыми задачами для популяризации науки (научных коммуникаций) являются не только ускорение процессов и увеличение масштабов распространения научного знания, но и необходимость налаживать коммуникации для получения обратного потока информации, знаний и навыков для совместного участия в решениях задач, стоящих перед обществом с представителями государства, бизнеса, образования и общественности [33]. Отметим, что это соответствует стратегии инновационного развития, которая подразумевает создание сети горизонтальных взаимодействий между участниками воспроизводства инноваций.

Представляется, что задачи по распространению научных знаний среди всех возрастных и социальных групп общества приобретают новую актуальность. Это связано, во-первых, с необходимостью включения в повседневную и профессиональную жизнь большого количества принципиально новых устройств, технологий, бизнес- и логистических схем; во-вторых, с увеличением доступности информации, в том числе сомнительного качества, для всех членов общества. Таким образом, возникают проблемы информированности общества о различного вида угрозах и нарастании объемов некачественного знания, к которому относятся лженаучная, антинаучная, «фейковая» и другого рода недостоверная информация. Поток недостоверной информации порождает неправильные реакции, преодоление последствий которых, в результате, требует от общества дополнительных затрат большого количества ресурсов. Здесь мы снова вернулись к необходимости повышения инновационной культуры общества, основанной на истинном знании и позволяющей применять его на благо людей.

Воздействие информационных технологий (ИТ) на способы популяризации науки, по мнению исследователей, носит прямой и косвенный характер [36]. Прямое воздействие заключается в том, что эти технологии позволяют, во-первых, трансформировать традиционные формы в цифровой формат. Для большинства людей уже стали привычными электронные книги, журналы, научно-популярные передачи, популярные лекции и даже виртуальные экскурсии по музеям в Интернете. Цифровые формы привычных источников знания позволяют не только значительно расширить аудиторию, но и повысить наглядность и понятность преподносимого материала за счет применения визуализации и анимации иллюстративных материалов. Во внутренней научной коммуникации активно стали использоваться видеоконференции и другие формы удаленного общения. Наиболее интенсивно такой формат стал применяться с началом пандемии COVID-19, однако, представляется, что лучшие практики удаленных коммуникаций будут востребованы и после отступления этой угрозы, так как позволяют преодолевать пространственные и временные барьеры и значительно расширять аудиторию общения. Во-вторых, на основе ИТ возникают принципиально новые формы популяризации, такие как сайты, порталы, обучающие компьютерные программы, приложения дополненной реальности [37–39], робототехника [36, 40], базы данных и цифровые платформы.

Косвенное воздействие информационных технологий объясняется формированием информационного общества, в котором увеличение количества информации сопровождается качественными изменениями ее восприятия [42]. Человек уже не в состоянии направить свои усилия на глубокую, системную переработку всей получаемой информации [43], поэтому он обращает свое внимание на те источники, которые позволяют осуществить наибольший ее охват за наименьшее время. Другими словами, предоставляют информацию в наиболее понятной и запоминающейся форме. В связи с этим, формы популярных материалов должны быть конкурентоспособны в потоке иных источников и использовать весь арсенал современных технологий и знаний о психологических аспектах восприятия информации разнородными аудиториями.

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ КАК ОРГАНИЗАТОРОВ НАУЧНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Перед научными коммуникаторами стоят сложные задачи, включающие технические, гуманитарные, педагогические, психологические, социологические и философские аспекты. Поскольку эти задачи являются многоаспектными, то на сегодняшний день, они решаются разными силами: учеными, научными журналистами, библиотеками, университетами, а также информационными центрами. Безусловно, научными коммуникациями как внутренними, так и внешними, занимаются сами ученые. Причем, важность этой работы для ученых возрастает, и возрастают требования общества, которое финансирует исследования и разработки, к информации, предоставляемой учеными. Научная журналистика на сегодняшний день стала уже отдельным видом деятельности и сформировала свой особый аппарат, который в интересующем нас ракурсе выражен в концепции «коммуникация в сфере инноваций» (*Innovation communication – InCo*) [45]. В этой концепции используются возможности научной журналистики по пропаганде необходимости инноваций, практики выявления и поддержания талантов, развития коммуникативных навыков в инновационных процессах разного уровня, создания возможностей для общения всех участников воспроизводства знаний и инноваций в разных форматах и т.д. [1].

С точки зрения научных коммуникаций интересно рассмотреть деятельность центров научно-технической информации, которые во многих странах составляют основу национальных систем научно-технической информации. Если рассматривать рост информационных потоков и количества заинтересованных в этой информации сторон, то информационные центры играют важную роль в распространении научных и технических знаний. В таких центрах не только формируются базы данных научно-технической информации, но и производится структуризация и систематизация этой информации для дальнейшего ее распространения в соответствующих областях бизнеса, государственной власти, образования и общества в целом.

В России ведущим центром научно-технической информации является Всероссийский институт научной и технической информации Российской академии наук (ВИНИТИ РАН), который с 1952 г. ведет мониторинг мирового потока научно-технической литературы, генерирует и развивает политематический банк данных по естественным и техническим наукам, организует доступ к нему отечественных и зарубежных пользователей, а также осуществляет издательскую деятельность – выпускает Реферативный журнал по естественным и техническим наукам и другие информационные продукты [43]. В Институте проводится научно-исследовательская работа, которая «направлена на разработку технологий, обеспечивающих оптимальное объединение различных информационных систем и ресурсов», а также на «развитие информационно-поисковых систем с целью преодоления языковых и семантических барьеров, интеллектуализацию информационных систем» [44]. Приведенные сведения открытых источников дают представление о том, что деятельность Института в большой степени заключается в сборе и перераспределении различных информационных потоков и «преодолении» языковых и смысловых барьеров, что и является непосредственными функциями коммуникации вообще и научной коммуникации в частности.

Еще более широкий спектр функций в области внутренних и внешних научных коммуникаций можно увидеть, например, в деятельности Японского агентства по науке и технологиям (*Japan Scienceand Technology Agency – JST*) [45] – передового сетевого научно-исследовательского института, осуществляющего реализацию и финансирование программ НИОКР, научные коммуникации, содействие развитию людских ресурсов в области науки, технологий и инноваций, а также разработку информационных платформ. На сегодняшний день, одним из самых стратегически важных направлений деятельности *JST* провозглашает международное сотрудничество в области НИОКР, а также организации и использования глобальных ресурсов научно-технической информации. Отдельной задачей для себя *JST* считает воспитание менеджеров проектов, которые смогут профессионально осуществлять передачу не только информации, но и академических ценностей обществу. Важным направлением деятельности этого агентства является сотрудничество с университетами для создания уникальных инноваций и развития талантов.

С 2006 г. *JST* выпускает ежеквартальный англоязычный научно-образовательный журнал «Окно в науку», на который бесплатную подписку имеют около 39 тыс. государственных и частных школ Японии, а также 50 японских школ в США получают журнал из офиса *JST* в Вашингтоне. В журнале представлено множество простых, полезных и интересных научных тем по широкому спектру областей науки и техники [43].

Обращает на себя внимание тот факт, что JST демонстрирует готовность не только создавать инновации для завтрашнего дня, но и вести обсуждение этических, правовых и социальных вопросов, связанных с новыми технологиями, вместе с различными заинтересованными сторонами, а также декларирует, что разносторонний характер его деятельности ведет к созданию новых ценностей с помощью научно-технической информации. При этом агентство активно участвует в реформах, необходимых для достижения этой цели.

Таким образом, деятельность *JST* направлена не только на обработку научно-технической информации, на осуществление эффективных научных коммуникаций, но и на развитие инновационной культуры общества, которая в Японии является одной из самых устойчивых и передовых, с большими традициями и значимыми достижениями, однако мы видим, что ее поддержание и развитие требует постоянного внимания, перспективного анализа и применения новых, современных методов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Невозможно переоценить важность деятельности по популяризации науки для инновационного развития общества. В культуре России традиционная составляющая преобладает над инновационной, престиж научной деятельности утрачен из-за социально-экономических и политических трансформаций, а возможность функционировать как конкурентоспособная экономика лежит только в плоскости ускоренного инновационного развития. В связи с этим представляются особенно актуальными вопросы формирования системного подхода к продвижению нового знания от его создателей ко всему обществу, включая всех субъектов производства инноваций. Развитие инновационной составляющей культуры в современном мире означает, что аудиторией для популяризации науки должны быть все слои и возрастные категории граждан. Это важно для расширения круга потребителей инновационной продукции, обеспечения преемственности и обратной связи между поколениями, что увеличит количество информационных потоков между ними и приведет к возникновению новых комбинаций, а в итоге к созданию новых уникальных знаний и технологий. Кроме того важно преодолеть односторонность потока информации от науки к её контрагентам по инновационному процессу и формировать практики устойчивого взаимного обмена ею.

Присутствие России как равноценного участника создания и переработки потоков научной и технической информации на мировом уровне зависит от использования всех возможностей, которые предостав-

ляются прогрессивными технологиями. Новый инструментарий может создаваться не только сам по себе, но и на базе уже существующих институций, функции которых не утратили свою актуальность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Данилина Я.В., Плетененко О.А. Анализ проблем коммуникаций между элементами национальной инновационной системы Российской Федерации // Актуальные вопросы развития инновационной экономики: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции / под ред. В.А. Трифонова, Я.В. Паттури. – Великий Новгород: Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, 2019. – С. 98–102.
2. Freeman C. Japan: A new national system of innovation // Technical change and economic theory / eds. G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg, L. Soete. – L.: Frances Pinter, 1988.
3. Freeman C. Technology policy and economic performance: Lessons from Japan. – L.: Frances Pinter, 1987.
4. Lundvall B.-A. Product innovation and user–producer interaction / Industrial Development Research Series № 31. – Aalborg University Press, Aalborg. 1985. – URL: http://vbn.aau.dk/files/ 7556474/user-producer.pdf (дата обращения 10.11.2021).
5. National innovation systems: A comparative analysis / ed. R. Nelson. – N.Y.: Oxford University Press, 1993.
6. Данилина Я.В. Инновационная культура и национальный менталитет // Стратегическое планирование и развитие предприятий: материалы XXI Всероссийского симпозиума (Москва, 10–11 ноября 2020 г.) / под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. – М.: ЦЭМИ РАН, 2020. – С. 39–42. DOI: 10.34706/978-5-8211-0783-1-s1-11
7. Carayannis E.G., Campbell D.F.J. «Mode 3» and «Quadruple Helix»: Toward a 21st century fractal innovation ecosystem // International Journal of Technology Management. – 2009. – Vol. 46, № 3/4. – P. 201–234. – URL: https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264304604-en.pdf?expires=1635938381&id=id&accname=guest&checksum=66EBD9B3E73B0C85D17E406F35882418_(дата обращения 17.11. 2021).
8. Данилина Я.В., Рыбачук М.А. Системный подход к формированию эффективной национальной инновационной системы // Системные проблемы отечественной мезоэкономики, микроэкономики, экономики предприятий: материалы Второй конференции Отделения производственных объектов и комплексов ЦЭМИ РАН (Москва, 12 января 2018 г.) / под ред. чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. Вып. 2. – Москва: ЦЭМИ РАН, 2018. – 156 с. DOI: 10.33276/978-5-8211-0769-5-101-108
9. Oslo Manual 2018.Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Ed. – https://doi.org/10.1787/9789264304604-en. – URL: https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264304604-en.pdf?expires=1635938381&id=id&accname=guest&checksum=66EBD9B3E73B0C85D17E406F35882418 (дата обращения 17.11.2021).
10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. / под науч. ред. О.И. Шкаратана. – Москва: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
11. Бурцев Д.С. Особенности различных моделей национальных инновационных систем // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – № 12-1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennostirazlichnyh-modeley-natsionalnyh-innovatsionnyh-sistem (дата обращения: 20.11.2019).
12. Давыденко В.Е. Модели национальных инновационных систем: зарубежный опыт и адаптация для России // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2(50). – С. 23–26.
13. Данилина Я.В., Плетененко О.А. Исследование форм интеграции участников НИС: российский и мировой опыт // Трансформация социально-экономического пространства России и мира: Сборник статей международной научно-практической конференции / под ред. Г.Б. Клейнера, Х.А. Константиниди, В.В. Сорокожердьева, З.М. Хашевой. – Москва: Научно-исследовательский институт истории, экономики и права, 2020. – 439 с.
14. Данилина Я.В. Проблемы инновационных коммуникаций в национальной инновационной системе РФ //Экономика и управление: проблемы, решения. – 2019. – Т. 5, № 12. – С. 74–81.
15. Циалковский К. Гений среди людей. – URL: https://www.tsiolkovsky.org/wp-content/uploads/2021/08/25-tsiolkovsky-genij-sredi-lyudej.pdf (дата обращения 05.11.2021).
16. Green paper of innovation. – URL: https://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com95_688_en.pdf (дата обращения 29.01.2021).
17. Хаирова Э.А. Формирование инновационной культуры как фактора развития региональной инновационной системы// Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2018. – Т. 4(70), № 1. – С. 103–11.– URL: http://sn-ecoman.cfuv.ru/wp-content/uploads/2018/10/ 012xairova.pdf (дата обращения 21.11.2021).
18. Хартия инновационной культуры // Инновации. – 1999. – № 9–10. – С. 55. – URL: http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4160 (дата обращения: 17.11.2021).
19. Лисин Б.К. Инновационная культура // Инновации. – 2008. – №10. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-kultura (дата обращения: 29.11.2021).
20. Любина О.Н. Инновационная культура как необходимое условие инновационного развития России // Вестник Университета. – 2014. – № 7. – С. 64–67.
21. Как науку делают популярной. О популяризации науки во ВШЭ // Окна роста. – URL: https://okna.hse.ru/news/364415684.html (дата обращения 05.11.2021).
22. Гофман А.Б. От какого наследства мы не отказываемся? Традиции и инновации в постсовет-

ской России // Россия реформирующаяся: Ежегодник. – М.: Институт социологии РАН, 2004.
23. Особый путь: что происходит с инновациями в России // РБК: Экономика инноваций. – URL: https://www.rbc.ru/trends/innovation/5d65452b9a79475d927f0f7a (дата обращения: 13.10.2021).
24. Бутенко В., Вайбур Д.Я. От слова к делу // Harvard Business Review Россия. – 2018. – 5 февраля. – URL: https://hbr-russia.ru/management/strategiya/a24991 (дата обращения 13.10.2021).
25. Акмаева Р.И., Епифанова Н.Ш., Макаров К.Н. Оценка воздействия российской ментальности на формирование инновационного и стратегического поведения организаций // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2018. – № 3. – С. 7–17.
26. Грэхэм Л. Сможет ли Россия конкурировать? История инноваций в царской, советской и современной России. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
27. О популяризации науки в России и за рубежом. – URL: https://mgimo.ru/about/news/inno/267720/ (дата обращения 05.11. 2021).
28. Овчинникова О.М. Эволюция научно-популярных журналов в Италии // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2014. – № 2. – С. 48–62. – URL: https://vestnik.journ.msu.ru/books/2014/2/evolyutsiya-nauchno-populyarnykh-zhurnalov-v-italii/ (дата обращения: 21.11.2021).
29. Муравьева Л.А. Экономика средневековой Европы в XV–XVI вв. // Международный бухгалтерский учет. – 2014. – №24(318). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-srednevekovoy-evropy-v-xv-xvi-vv (дата обращения: 24.11.2021).
30. Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ежемесячные_сочинения (дата обращения: 21.11.2021).
31. Ваганов А.Г. Эволюция форм популяризации науки в России: XVIII–XXI вв. // Наука. Инновации. Образование. – 2016. – Т. 11, № 3. – С. 64–77.
32. Знание (общество) // Энциклопедия Коммунист.Ru. – URL: https://kommynist.ru/Знание_ (общество) (дата обращения: 10.11. 2021).
33. Неустроева С.Л. Научная коммуникация: глобальный тренд или новая академическая дисциплина? // Социальное пространство. – 2018. – № 5(17). – С. 12. DOI: 10.15838/sa.2018.5.17.1.
34. Макаров В.Л., Клейнер Г.Б. Микроэкономика знаний. – М.: Экономика, 2007. – 204 с.
35. Дивеева Н. Способы и формы воздействия новых информационных технологий на популяризацию науки // RELGA. – 22.05.2014. – №6(279). – URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=3888&level1=main&level2=articles (дата обращения: 29.1. 2021).
36. Вахрушев М.В. Дополненная реальность на службе популяризации и визуализации научных знаний открытого архива библиотеки // Научные и технические библиотеки. – 2020. – № 10. – С. 51–62. – https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-10-51-62
37. Зильберман Н.Н., Сербин В.А. Возможности приложений дополненной реальности в образовании. 2014. – URL: https://reois.tsu.ru/about/materials/2014/files/02_8%20zilberman.pdf (дата обращения: 29.01.2021).
38. VR- и AR-продукты для образования. Самый полный обзор российского рынка. – URL: https://vc.ru/education/227841-vr-i-ar-produkty-dlya-obrazovaniya-samyy-polnyy-obzor-rossiyskogo-rynka(дата обращения: 10.11.2021).
39. Шабалин К.В. Возможности образовательной робототехники для формирования креативных способностей обучающихся (на основе анализа российского и зарубежного опыта) // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2019. – №3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-obrazovatelnoi-robototehniki-dlya-formirovaniya-kreativnyh-sposobnostei-obuchayuschihsya-na-osnove-analiza-rossii-skogo (дата обращения: 27.11.2021).
40. Образовательная робототехника: дайджест актуальных материалов / ГАОУ ДПО «Институт развития образования Свердловской области»; Библиотечно-информационный центр; сост. Т.Г. Попова. – Екатеринбург: ГАОУ ДПО СО «ИРО», 2015. – 70 с. – URL: http://cmit-superlab.ru/ assets/upload/files/19-dajdzhest-aktualnyix-materialov-po-obrazovatelnoj-robototexnike.pdf (дата обращения: 05.11.2021).
41. Моль А. Социодинамика культуры. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 416 с.
42. Innovation Communication: Коммуникации в сфере инноваций. – URL: http://innovation.jinr.ru/imgs-docs/Book%20Innovation%20Communication.pdf (дата обращения: 18.11. 2021).
43. Сайт ВИНИТИ РАН. – URL: http://www.viniti.ru/ (дата обращения: 25.10.2021).
44. Никольская И.Ю. Научной и технической информации институт // Большая российская энциклопедия. – 2017. – URL: https://bigenc.ru/technology_and_technique/text/2252190 (дата обращения: 03.10.2021).
45. Japan Science and Technology Agency (JST). – URL: https://www.jst.go.jp/inter/washington/ science_window.html (дата обращения: 10.11.2021).

Материал поступил в редакцию 29.11.21.

Сведения об авторе

ДАНИЛИНА Ярослава Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, зав. Отделением научной информации по экономике, финансам и управлению ВИНИТИ РАН, Москва
e-mail: danilinayav@viniti.ru

УДК 316.77:002:004

А.В. Нестеров

Рабочие места информационных работников в условиях цифровизации: об «инфоргах» Л. Флориди и «self-communication» М. Кастельса

Рассматривается положение информационных работников в условиях «цифровой трансформации». Некоторые философы стали выступать в роли футурологов, предрекая исчезновение информационно-коммуникационных посредников в результате появления децентрализованных социальных, научных и иных виртуальных коммуникаций, которые позволяют пользователям самостоятельно обмениваться медиапродуктами. Приводится критика таких идей, а также, с помощью категорийно-тензорного подхода, представлен конструктивный анализ категорий подлинных и/или поддельных медиапродуктов, которые могут включать информационную, дезинформационную и/или мизинформационную составляющую, а также быть бессодержательным и для пользователя медиасреды.

Ключевые слова: *цифровизация, алгокогнитивный, медиа-посредники, медиакоммуникации, фейки, смарт-система, виртуальный, стигмергия*

DOI: 10.36535/0548-0019-2022-02-2

Цифровизация и её основные субъекты в виде Биг-Тех рассматриваются некоторыми авторами как угроза человечеству. В частности, в публикации [1] философ Л. Флориди вводит метафору «инфорги» (информационные организмы) для обозначения пользователей информационной сферы и предполагает, что инфорги, а не киборги, вытеснят не только библиотечно-информационных работников, но и людей, как таковых. Попробуем не согласиться с этим мнением.

Называть «инфоргами» социальную роль людей и/или смарт-инструментов нет прагматического смысла. Под смарт-инструментами подразумеваются смарт-продукты в виде смарт-систем, которые еще называют «искусственный интеллект», «нейросети с глубоким обучением». Считается, что смарт-системы будут способны не только выполнять информационно-коммуникационные операции, но и создавать творческие (интеллектуальные) продукты, в том числе охраняемые законом.

Даже если люди будут подключены к гаджетам, а не в сеть, 24 часа 7 дней в неделю, то необходимо понимать, что они не перестанут есть и/или размножаться, а также выполнять работу. Поэтому лучше говорить о *gadget-human* (гаджето-человеке) или гаджеторе «gadgetor», так как жизнь-деятельность такого человека всегда подключена к гаджету (*gadget*) – электронному устройству вне зависимости от его подключения к каналу связи и/или интернет-инфраструктуре.

В развитие своей идеи «инфоргов» Л. Флориди предложил гибрид онлайн и оффлайн, который он обозначил «Onlife» (онлайф) [2]. В его манифесте слово «онлайф» используется только один раз без раскрытия его значения. Однако из контекста становится ясно, что здесь имеется в виду «жизнь в сети».

Можно заменить эту метафору на боле конкретный термин «гаджето-жизнь-деятельность» (*gadget-life-activity*), где под жизнью понимается быт и/или отдых. Отметим, что этот термин обозначает позицию (положение, состояние и/или уровень) человека, а не самого человека в наблюдаемом мире (действительном и/или существующем), который людям стал известен с появлением человечества. Жизнь-деятельность человека, с применением гаджетов, позволяет ему действовать в действительном и функционировать в виртуальном мире. Здесь под виртуальным миром понимается существующий мир, отображенный в сетевой электронной среде интернет-инфраструктуры.

М. Кастельс (автор термина «сетевое общество», 1996 г.) придумал метафору «self-kommunikashion» (селфи-коммуникация), переведенную на русский язык как «самокоммуникация», которая, на самом деле, представляет собой непосредственную коммуникацию, т. е. без посредников (горизонтальную коммуникацию) на основе «P2P» (сеть – равный к равному) [3]. Фактически такую коммуникацию лучше назвать коммуникационным самообслуживанием, чтобы отличать от коммуникации с самим собой. Поэтому делается вывод, что современный пользователь будет использовать режим информационно-коммуникационного самообслуживания, когда издательства, библиотеки, информационные центры с их редакторами, библиотекарями и иными информационно-коммуникационными работниками будут не нужны.

Современные автоматические (интеллектуальные) ассистенты, реализующие функции информационно-коммуникационных посредников при поиске общедоступных документов, как в библиотеках, так и в Интернете, пока не понимают содержание запроса и фактически ориентируются на популярные запросы на основе стигмергии (механизма ориентации по следам, оставленным в окружающей среде) [4], в частности, в электронной среде интернет-инфраструктуры. Слово «стигмергия» ввел в научный оборот в 1959 г. зоолог Пьер-Поль Грассе для описания взаимодействия термитов при постройке термитников.

Например, «интеллектуальная» программа «трансформер Яндекс-поиска» не справилась с простым запросом «сибирская ходьба» из одноименного заглавия поста. Однако после размещения в Интернете поста «Заумь трансформера Яндекс-поиска», через некоторое время ситуация изменилась. В выдаче поисковика Яндекса этот документ появился на первом месте. При этом «интеллект» Гугл-поисковика до сих пор не хочет работать с таким простым запросом.

На наш взгляд, поисковые смарт-системы, хотя и обладают умом в виде процессора и памяти, пока не могут продуцировать результаты не только пертинентные, но и релевантные, не говоря уже о детонационных [5], так как не обладают умственными способностями человека.

Общедоступные документы (документированная информация), продуцируемые в виде мультимодальных документов, получили название медиа. Г.М. Маклюэн в своей книге «Законы медиа» [6] первым определил термин «социальные медиа» и медиасреду как среду общения на основе общедоступных документов. А в публикации [7] он предсказал появление электронных изданий и электронной коммуникации, которые превратят мир в глобальную деревню.

С появлением мульти-модальных носителей информации (медиапродуктов) стало понятно, что библиотеки будут трансформироваться в медиатеки [8]. Новые медиа (медиапродукты) появились благодаря WEB-2, Интернету, блогерам, мессенджерам и социальным сетям с их интерактивностью, гиперссылками и мульти-модальностью документированной информации, позволившей пользователю получать доступ к ней и обмениваться ею с иными пользователями 24 часа 7 дней в неделю, из любой точки планеты с учетом спутниковой связи, вне зависимости от типа электронных устройств, программного обеспечения и/или форматов данных.

Поэтому и возникли вопросы: что будет с медиатеками и информационными центрами, а также останутся библиотечные и информационные работники, или их рабочие места исчезнут?

С появлением интернет-инфраструктуры появилось понятие медиа-коммуникации, объектами которой стали медиапродукты. С точки зрения продуцентного подхода, продуцирование информации и её коммуникации подразумевает продуцирование информационно-коммуникационного продукта (инфокомм продукта). Учитывая, что инфо-комм продукты будут продуцировать люди, эти продукты могут содержать творческую составляющую, называемую интеллектуальным продуктом, в том числе и охраняемым законом.

Медиапродукты – это не только новости или продукты для виртуальных развлечений, но они используются для отображения любых сфер жизни и деятельности людей (природной, общественной и/или психической (умственной)).

Медиапродукт обладает содержимым (контентом), имеющим содержание, которое может иметь истинную (информативную), заведомо ложную (дезинформационную) и/или не умышленно ложную (мизинформационную) составляющую, а также это содержание может быть неинформативным. Таким образом, содержание (информация) медиапродукта может быть подлинным и/или поддельным, когда поддельный медиапродукт продуцируется отдельными субъектами как вредоносный для введения в заблуждение пользователей. Естественно, поддельный медиапродукт необходимо нейтрализовать.

Особенность медиапродукта заключается в том, что его файловые данные могут отображать любой вид, тип или форму документов, например, фотографии, картинки, видеозаписи, аудиозаписи, текста, т. е. обладать мульти-модальностью, а в электронной среде быть интерактивными и гиперсвязанными как сетевой смарт-объекта. Кроме того, медиапродукт можно рассматривать как смарт-объект, в частности, смарт-документ, у которого могут быть субъектные и/или инструментальные свойства, что подразумевает наличие у него программных (инструктивных) и мотивационных данных, которые делают его автономным объектом, позволяющим ему адаптироваться в окружение.

В связи с этим, можно напомнить недавнюю акцию сожжения в прямом эфире картины Бэнкси в Нью-Йорке (URL: https://meduza.io/feature/2021/03/04/v-nyu-yorke-kartinu-benksi-kupili-za-95-tysyach-dollarov-i-sozhgli-v-pryamom-efire-chtoby-prevratit-v-nft-token). Картина была куплена на аукционе за 95 тыс. долларов блокчейн-компанией *Injective Protocol* для создания оригинала виртуального файла как актива. Компания стала правообладателем этого виртуального (цифрового) актива, что подтверждается невзаимозаменяемым токеном (NFT).

Если ранее файловые данные бит в бит копировались таким образом, что оригинал нельзя было отличить от копии, то теперь оригинал снабжается NFT, который можно визуализировать вместе с картиной. Вещественный оригинал теперь не нужен. Более того, «искусственный интеллект» может продуцировать картины в виде файловых данных с цифровой меткой, подтверждающей первую копию (оригинал).

Особым видом медиа-коммуникаций являются научно-технические коммуникации, к объектам которых относят научно-технические публикации (медиапродукты). Авторы монографии [9] впервые исследовали научные информационные коммуникации в обществе. Кроме формальных научных коммуникаций, ученые широко используют неформальные коммуникации в рамках «невидимых колледжей» [10].

Среди видов коммуникации А.В. Соколов [11] выделил информационную коммуникацию, в которой могут протекать три вида информационных процес-

сов – биологический, социальный и технический (искусственный). Уточним, что коммуникация, объектом которой является информация как содержание отображения отображаемого предмета, может быть элементом природы (биосферы), общества (социума) и/или психики. Научно-техническую информацию можно рассматривать как содержание медиапродукта, продуцируемого субъектами общественной и/или психической сферы.

В конце 1980-х гг. в ГПНТБ СОАН СССР при автоматизации библиотечно-информационных процессов было обращено внимание на научные коммуникации коммуникаторов, а в качестве объектов такой коммуникации, рассматривались коммуниканты. Кроме того, были сформулированы семь основных принципов систем коммуникации [12, с. 29].

Появление медиа-посредников в виде компаний Биг-Тех (цифровиков) свидетельствует о том, что самообслуживание в медиасреде не противостоит, а дополняет медиа-посредников, которые утверждаются и даже претендуют на власть. Однако пока попытки Биг-Тех выйти из-под контроля власти в США или КНР показали, что креаторы Биг-Тех не создадут креатократию.

Коммуникация на базе децентрализованной сети только на первый взгляд кажется демократичной, так как бизнес, который продуцирует бесплатные виртуальные сети, не только зарабатывает на рекламе, но и торгует товаром в виде персональных и наблюдательских данных. Поэтому продуцирование медиапродуктов и управление их потоками в таких сетях может организовываться централизованно. Биг-Тех декларирует, что цензура медиаконтента отсутствует и социальная сеть управляется алгоритмами «искусственного интеллекта», однако пока мы видим явную пропаганду мультикультурализма в направлении создания алгоритмической культуры.

В статье [13] впервые было отмечено возникновение алгоритмической культуры, которая сочетает механизмы традиционной культуры с механизмами коллективной организации насекомых, вирусов и алгоритмов (стигмергии). Дж. Лавлок [14] считает, что началась трансформация традиционной культуры *Homo sapiens* в алгокогнитивную культуру Новацена из Антропоцена. По его мнению, Новацен будет эпохой технологического освоения паттерна организации материи и энергии, еще называемого информацией. Авторы, обсуждающие алгокогнитивную культуру, имеют в виду коммуникацию мыслей, но при этом не конкретизируют, как это будет возможно.

Известна также идея выделения трех взаимосвязанных новых типов культуры: цифровой, сетевой и новых медиа, которые образуют алгокогнитивную культуру. Попробуем не согласиться с таким подходом, так как здесь представляется возможным говорить о трех трендах в развитии медиа-коммуникаций.

Этап очередной трансформации общества (цифровой трансформации) в трехмерном пространстве: природной, общественной и психической сферы должен учитывать инерционность любой среды. При этом элементы природы могут развиваться с большей мобильностью, чем люди, в частности, последняя пандемия это показала. Здесь, под мобильностью, понимается скорость и ускорение изменения позиции (положения, состояния и/или уровня) как минимум одного элемента наблюдаемой сущности.

Цифровой тренд имеет достаточно размытое определение [15], поэтому к цифровым системам однозначно можно отнести системы распределенного реестра (блокчейн), в которых цифровая подпись (хэш-метка) продуцируется автоматически. Однако такие системы имеют существенный недостаток, так как потребляют электроэнергию как большие заводы, а для ее экономии и экологичности используют сочетание распределенной и иерархической структур.

Сетевой тренд подразумевает коммуникации, в частности, элементов действительного мира в виде людей, грузов, энергии и элементов существующего мира в виде знаков и/или идей. Любая сеть представляет собой линии связей (среду), т. е. пространство-структуру, поэтому здесь важна структура сети. Современная структура сетей рассматривается как грид-структура [16], включающая согласованные: иерархическую, распределенную и ризомную [17] составляющие. Где ризома позволяет само-масштабироваться сети.

Основой медиасреды является интернет-инфраструктура, на которой продуцируются виртуальные миры, логически связанные со смарт-продуктами действительного мира, например, с элементами интернета-финансов, интернета-торговли, интернета-вещей, интернета-тела и т.д.

Медиа-коммуникацию можно рассматривать с количественной и/или качественной точек зрения. По количеству коммуникаторов категория медиа-коммуникации может состоять из категорий само-коммуникации, взаимной (межличностной) коммуникации и/или массовой коммуникации.

С качественной точки зрения категория медиа-коммуникации может иметь категории личной коммуникации людей (общения), опосредованной коммуникации коммуникаторов с помощью коммуникационных посредников и/или косвенной коммуникации коммуникаторов через следы-данные на основе механизма стигмергии.

Коммуникации подразумевают не только сети, но и взаимодействия людей, продуцирующих необходимые продукты. Здесь под продуктами понимаются отчуждаемые результаты (продукция), неотчуждаемые процессы потоков и/или элементы окружения продуцирования. Поэтому потоки, распространяющиеся в сети, могут нести не только полезные, но и вредные продукты, которые необходимо нейтрализовать.

Отсюда следует, что смарт-системы, продуцируемые людьми, должны: базироваться на сетевой инфраструктуре, имеющей грид-структуру; обладать смарт-алгоритмами и продуцировать подлинные медиапродукты.

К сожалению, и в научной среде, известны негативные явления, которые проявляются в диссертациях, монографиях и статьях в виде некорректного заимствования (научного плагиата), а также в псевдонаучных медиапродуктах в Интернете, содержащих дезинформацию и/или мизинформацию, распространяемую протесторами. Поэтому информационные работники и медиа-посредники приобрели дополнительную функцию

по выявлению поддельных научных трудов и фейковых медиапродуктов.

Медиа-посредник, в том числе научно-технический, представляет собой юридического субъекта, который, по поручению заинтересованного лица, в частности, пользователя, обладателя информационно-коммуникационных прав и/или правообладателя медиапродукта, осуществляет деятельность по его передаче-получению (доставке) определенному лицу, коллективу лиц и/или неопределенной массе лиц.

Современные специальности информационно-коммуникационных работников могут носить модные названия, но основная деятельность этих работников заключается в посреднических функциях между продуцентами медиапродуктов и их пользователями, в концентрации внимания этих пользователей на предлагаемые медиапродукты, а также в продвижении медиапродуктов, сайтов, блогов и иных интернет-площадок в поисковой выдаче интернет-поисковиков.

Работник субъекта-посредника по-прежнему должен продуцировать мета-медиапродукт (медиапродукт о медиапродуктах): искать пертинентные медиапродукты в «океанах» Больших Данных, их классифицировать, фильтровать, анализировать и рассылать по доступным каналам. Научная интернет-коммуникация позволяет проводить наукометрические и библиометрические исследования, входящие в направление инфометрия, которое появилось в 1979 г. благодаря O. Nacke [18].

Медиа-коммуникации в научной среде приобрели существенное значение, когда появились наукометрические и библиометрические показатели (индикаторы, индексы, рейтинги), определяющие количество цитирований, просмотров, скачиваний, а также рейтинг журналов (импакт-фактора, квартилей), издательств, рецензентов.

Научные медиа-коммуникационные посредники могут значительно поднять эти показатели за счет помощи в правильном оформлении публикаций, а также в продвижении отечественных научных журналов в системах библиометрических баз данных. При этом, чем более видима в научном ландшафте публикация, тем больше растут ее показатели и известность ее автора за счет действия положительной обратной связи.

Ещё в СССР было известно, что ученый или разработчик физически может прочитать лишь небольшую часть научно-технических публикаций по своей узкой специальности. Сейчас поток этих публикаций существенно увеличился, однако он во многом повторяет уже известное, поэтому проблема поиска пертинентных и детонационных публикаций в этих потоках только обострилась.

Поиск возможных детонационных научных медиапродуктов могут выполнять информационные аналитики с помощью автоматизированных рабочих мест, визуализирующих библиометрические сведения о них и позволяющие этим аналитикам использовать механизм информационного воздействия на человека, минуя его сознание. Концепт-модель такого автоматизированного рабочего места была описана в [12].

Проблема рабочих мест в центрах научно-технической информации является частью общей проблемы медиа-коммуникационных посредников, которая заключается в том, что в пространстве виртуальной вселенной появляются поддельные (фейковые) публичные или массовые медиапродукты, которые приводят к трайбализму [19] в виде враждебной поляризации людей. На помощь медиа-посредникам при анализе подозрительных медиапродуктов могут прийти Технические регламенты с обязательными требованиями по безопасности; национальные стандарты (ГОСТ Р) с рекомендательными требованиями по объективному качеству (пригодности) и/или стандарты организаций с рекомендательными требованиями по субъективному качеству к медиапродуктам.

ВЫВОДЫ

Виртуальные миры называть инфосферой, а позиции пользователей и/или виртуальных сущностей этих миров – «инфоргами» нет смысла. Люди должны бояться не инфоргов, киборгов или роботов, а Биг-Тех, необоснованно желающих доминировать в действительном мире с помощью смарт-систем. Информационно-коммуникационные (медиа-коммуникационные) посредники с их персоналом не исчезнут, а медиа-коммуникационное самообслуживание займет свою нишу и не более того. Людям объективно необходимо личное общение, а смарт-ассистенты будут решать только рутинные «умные», но не умственные задачи. Смарт-системы будут продуцировать не только «цифровых двойников», но и глубокие фейки, поэтому особенно актуальной становится проблема нейтрализации медиапродуктов, содержание которых способно негативно влиять на психику людей, минуя их сознание. Пока рано прощаться с информационно-коммуникационными работниками.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Luciano Floridi. In defence of the veridical nature of semantic information // European Journal of Analytic Philosophy. – 2007. – Vol. 3, № 1. – P. 31–41.
2. The Onlife Initiative // The Onlife Manifesto / eds. L. Floridi. – Springer, 2015
3. Castells M. The Rise of the Network Society // Information Age, vol. 1; 2nd Edition with a New Preface edition. Wiley-Blackwell, 2009.
4. Theraulaz G., Bonabeau E. A Brief History of Stigmergy. PubMed. February 1999. P. 97-116. DOI: 10.1162/106454699568700
5. Нестеров А.В., Иловайский И.В. Детонационность как свойство библиотечного фонда // Научные и технические библиотеки. – 1992. – № 6. – С. 7-10.
6. McLuhan H.M., McLuhan E. Laws of Media: The New Science. – Toronto: University of Toronto Press, 1992. – 252 p.
7. McLuhan H.M. The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. (1st ed.). – Toronto: University of Toronto Press, 1962. – 293 p.
8. Нестеров А.В. Станут ли библиотеки гипербиблиотеками: о медиатеках тридцать лет спустя. –

Москва: РУДН, электронный препринт, август 2021. – 14 с. – URL: www.nesterov.su
9. Михайлов А.И., Черный А.И., Гиляревский Р.С. Научные коммуникации и информатика. – Москва: Наука, 1976. – 435 с.
10. Прайс Д.Дж. де С., Бивер Д. де Б. Сотрудничество в "невидимом колледже“ // Коммуникация в современной науке. – Москва: Прогресс, 1976. – С. 335-350.
11. Соколов А.В. Система информационно-коммуникационных наук // Научно-техническая информация. Сер. 2. – 1985. – №4. – С. 1-9.
12. Нестеров А.В. Компьютерные методы и средства глубокой обработки, анализа и синтеза общедоступных документов. – Новосибирск: Изд-во ГПНТБ Сибирского отделения АН СССР, 1991. – 214 с.
13. Striphas T. Algorithmic culture // European journal of cultural studies. –2015. – № 18. – P. 395–412.
14. Lovelock J. Novacene: The Coming Age of Hyperintelligence. – MIT Press, 2019. – 160 p.
15. Нестеров А.В. Цифровая метафора и метафора цифровизации: история возникновения и сущность. – Москва: РУДН, электронный препринт, сентябрь 2021. – 14 с. – URL: www.nesterov.su
16. Foster I., Kesselman C., Tuecke S. The Anatomy of the Grid: Enabling Scalable Virtual Organizations // International Journal of High-Performance Computing Applications. – 2001. – № 15(3). – P. 200-222.
17. Делез Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато. – Москва: Астрель, 2010. – 416 с.
18. Nacke O. Informetrie: eine neuer Name für eine neue Disziplin // Nachrichten für Dokumentation. – 1979. – № 30(6). – С. 219-226.
19. Buchanan Allen. Our Moral Fate. Evolution and the Escape from Tribalism. – MIT Press, 2020. – 296 с.

Материал поступил в редакцию 20.01.22.

Сведения об авторе

НЕСТЕРОВ Анатолий Васильевич – доктор юридических наук, кандидат технических наук, профессор, профессор Российского университета дружбы народов, профессор Российской таможенной академии, Москва
e-mail: nesterav@yandex.ru

ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЫ

УДК 026:025.5:004.9

М.В. Назаров

Основания разработки информационно-коммуникационной стратегии специальной библиотеки

Охарактеризована тенденция расширения комплекса информационных продуктов и услуг, подготавливаемых специальными библиотеками, что позволяет доводить информацию о них до заинтересованных целевых аудиторий. Рассмотрены маркетинговые аспекты реализации информационно-коммуникационной стратегии, обосновано использование метода моделирования, а также представлены основные этапы разработки коммуникационной стратегии.

Ключевые слова: *специальные библиотеки, информационные продукты и услуги, технологии маркетинга 3.0 и 4.0, коммуникационная стратегия, сервисный подход, моделирование процессов*

DOI: 10.36535/0548-0019-2022-02-3

ВВЕДЕНИЕ

Каждой современной специальной библиотеке для реализации своих традиционных и инновационных функций важно находиться в постоянном поиске новых форм и методов взаимодействия с ключевыми целевыми аудиториями.

Адресность деятельности специальных библиотек не отменяет необходимость продвижения комплекса информационных продуктов и услуг (далее – комплекс ИПУ), поскольку их ассортимент находится в постоянном развитии, а деятельность таких библиотек трансформируется.

Сегодня специальные библиотеки не только кумулируют различные ресурсы и оказывают информационную поддержку пользователям, но и анализируют, распространяют научное знание. Однако по ряду причин не все информационные продукты и услуги специальных библиотек востребованы, часто такие библиотеки не проявляют активность в коммуникационной деятельности с пользователями. Для повышения востребованности ряда услуг многим специальным библиотекам необходимо формировать спрос на свои услуги и заниматься их активным продвижением. В этой связи специальные библиотеки выступают объектом маркетинговой деятельности, реализуемой в рамках сервисного подхода в библиотековедении.

Сервисный подход предполагает ориентацию на пользователей, их привлечение и удержание, на удовлетворение и предвосхищение информационных потребностей и пользовательских ожиданий, в том числе при коммуникационной деятельности, инструментом которой выступает коммуникационная стратегия, базирующаяся на позиционировании, архитектуре бренда, стратегии деятельности и разработанной системе продвижения информационных продуктов и услуг.

Коммуникационная стратегия специальной библиотеки – это комплекс мероприятий для создания и развития системы коммуникаций с целью информационной поддержки бренда специальной библиотеки, а также формирования и стимулирования лояльности реальных и потенциальных пользователей и партнёров.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСНОВАНИЯ РАЗРАБОТКИ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ

Любая специальная библиотека осуществляет коммуникационную стратегию исходя из потребностей внутренней и внешней среды и строит её на основе теоретических исследований и опыта в области маркетинга. Известно, что с середины XX в. в теории маркетинга был сформирован ряд концептуальных подходов [1, 2]:

- маркетинг 1.0 – это следствие развития производственных технологий, ориентированное на продукт с целью его продажи и получения прибыли. Главная составляющая подхода – разработка продуктов;

- маркетинг 2.0 сформировался в результате распространения информационных технологий и ориентирован на потребителей с целью удовлетворения их запросов. Главная его составляющая – дифференциация продуктов и услуг;
- маркетинг 3.0 связан с ответом на изменения мирового социально-экономического ландшафта. Он ориентирован на человека, рентабельность товаров и услуг сочетается с корпоративной ответственностью;
- маркетинг 4.0 является отражением активного развития цифровой среды и сочетает в себе онлайн- и офлайн-взаимодействие компаний и потребителей.

Для эффективной разработки и реализации коммуникационной стратегии необходимо сочетание классических и современных концепций в маркетинге. Мировая практика показывает, что различные компании до сих пор придерживаются различных концепций при взаимодействии в сегментах «b2b» и «b2c» [3, с. 16].

Учитывая цели и специфику специальных библиотек при разработке и реализации коммуникационной стратегии, направленной на развитие их роли как информационных центров, необходимо сочетать все концепции маркетинга и использовать различные маркетинговые методы. Однако, в связи с непрерывным развитием технологий предоставления доступа к научно-технической информации и поиска новых способов коммуникации с внешней средой, специальным библиотекам в большей степени необходимо ориентироваться на разработки в области маркетинга 3.0 и 4.0.

Специфика концепции маркетинга 3.0 заключается в его «совместности» при решении тех или иных задач. Общемировая практика показывает, что компании, использующие совместный маркетинг, осознают, что изменить общество или внести вклад в его развитие невозможно в одиночку, для достижения синергетического эффекта требуется объединение с другими профильными организациями. Развивая концепцию открытого доступа к информации и обеспечивая эффективное формирование фондов, невозможно достичь ключевую цель деятельности без коллаборации с другими специальными библиотеками.

Маркетинг 3.0 реагирует на результаты глобализации, которая создаёт разнообразный информационно-культурный ландшафт и, как следствие, различные общественные и культурные проблемы, в том числе проблемы открытости информации и прозрачности деятельности специальных библиотек в обществе. Необходимое условие маркетинга – это открытость деятельности специальных библиотек [4, с. 112].

Для реализации коммуникационной стратегии и продвижения ИПУ необходимо многосторонне отражать возможности библиотеки, постоянно вовлекать персонал и ключевых партнеров в решение внутренних и внешних проблем, а также постоянно развивать информационную культуру реальных и потенциальных пользователей.

Маркетинг 3.0 направлен на развитие творческого сообщества и предполагает креативный подход к созданию продуктов, а также нематериальных (духовных) ценностей в продукте для самореализации потребителей. Главное в маркетинге 3.0 – это придание особой ценностной нагрузки продукции и реализуемым услугам. В связи с этим специальным библиотекам в транслируемых коммуникационных сообщениях необходимо обращать внимание на значимость ИПУ для различных категорий пользователей, а также регулярно изучать потребности реальных и потенциальных пользователей для совместного создания новых продуктов и услуг.

Наконец, маркетинг 3.0, основанный на индивидуальности, искренности и имидже бренда, направлен на включение социальных ценностей в бизнес-модель организации и их трансляцию через миссию, видение, сотрудников, партнеров. Общемировая тенденция заключается в поиске организациями возможностей для формирования социальной ответственности за их деятельность, это открывает новые векторы развития специальных библиотек.

Сформулированные корпоративные ценности развивают лояльность сотрудников, которые становятся проводниками ценностей библиотеки, повышая её имидж и научного знания в целом.

Концепция маркетинга 4.0 основывается на стремительной цифровизации в связи с сокращающимся количеством потребительского времени. Это приводит к омниканальности – формированию системы, включающей все возможные и максимально удобные каналы взаимодействия с потребителями. Однако, несмотря на цифровизацию, маркетинг 4.0 делает акцент на живом общении и чувстве сопричастности с определенными событиями, брендом [5, с. 95].

Ф. Котлер в концепции маркетинга 4.0 выделяет «социальную инклюзивность» (ориентацию на решение социальных проблем) как феномен, который должен быть свойственен любой маркетинговой кампании, желающей быть эффективной [2]. При этом сокращается желание бесконечного потребления, люди больше времени и ресурсов уделяют саморазвитию. Реализация коммуникационной стратегии с учетом маркетинга 4.0 предполагает формирование устойчивого спроса на услуги или продукты, которые могут оказать влияние на процесс саморазвития. Наконец, маркетинг 4.0 предлагает продвижение ИПУ с использованием разнообразных технологий, которые позволяют с наибольшим удобством отслеживать производительность, использовать технологию создания динамического контента и его продвижение посредством метода интернет-рекламы CPM (Cost Per Mille – «цена за тысячу контактов»), инструмента оптимизации сайта SEO (Search Engine Optimization – «поисковая оптимизация») и др.

Процессы цифровизации и освоения особенностей создания цифрового контента специальными библиотеками происходят постепенно. Вследствие пандемии новой коронавирусной инфекции темпы роста цифрового контента значительно возросли, появление доступа к различным ресурсам привело к положительному отклику среди различных групп пользователей, открыло библиотекам новые возможности для работы с различными целевыми аудиториями. Для активности спроса на ИПУ специальным библиотекам необходимо совмещать присутствие в офлайн- и онлайн-пространствах, в том числе при реализации коммуникационной стратегии.

Маркетинг 4.0 предполагает продвижение направления «социальная инклюзивность», а также тренда на живое общение и сопричастность.

Коммуникационная стратегия при создании маркетинговых сообщений должна быть ориентирована на известную модель потребительского потребления «AIDA» (внимание, интерес, желание, действие).

Как было отмечено, цель разработки коммуникационной стратегии заключается в развитии системы связей для комплексной информационной поддержки библиотеки и, в конечном счете, укреплении роли специальной библиотеки в развитии возможностей доступа к информации. Для реализации поставленной цели необходима выработка единого алгоритма коммуникационной деятельности для специальных библиотек.

ОСНОВАНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА МОДЕЛИРОВАНИЯ

Традиции распространения передового опыта в библиотечной сфере позволяют утверждать, что модель стратегии, разработанная и прошедшая апробацию в одной библиотеке, может быть успешно использована в различных специальных библиотеках (с учётом особенностей деятельности). В то же время, типовая коммуникационная стратегия является неотъемлемой составляющей реализации миссии деятельности специальных библиотек, которая заключается в накоплении, создании, хранении и организации собственных информационных ресурсов для комплексной информационной поддержки специалистов.

По нашему мнению, использование метода моделирования необходимо для достижения обозначенной цели, поскольку этот метод способствует появлению новых концептуальных оснований, позволяющих смоделировать инновационную библиотечную технологию, новые ИПУ и направления деятельности библиотеки в целом [6, с. 31].

Мы рассматриваем коммуникационную деятельность как инновационное направление, базирующееся на коммуникационной стратегии, а метод моделирования как эффективный инструмент её реализации. Сегодня понятие «модель» имеет большое количество трактовок в научной литературе, и библиотеки могут формировать самые разнообразные модели, ориентированные как на потребности любых групп пользователей, так и на решение задач деятельности. В частности, об этом свидетельствуют тематика и содержание докладов на профессиональных конференциях (например, на заседании Секции по научно-исследовательской работе в рамках Всероссийского библиотечного конгресса РБА в 2021 г.).

Н.С. Редькина [7], анализируя исследования библиотековедов А.Н. Ванеева, В.С. Крейденко, Ю.Н. Столярова, В.П. Леонова, Е.Ю. Гениевой и других, отмечает, что в библиотечном деле термин «модель» используется для обозначения разнообразных научных методик и типов организационного устройства или процессов, отмеченных чертами систематизации или регуляции.

Анализ также позволил определить, что метод моделирования применяется в библиотечной практике в технологических процессах при концептуальном построении моделей деятельности библиотеки, формировании библиотечных фондов, а также при решении производственных задач в области библиографоведения и наукометрии.

Помимо этого, метод моделирования выступает не только одним из средств отображения явлений и процессов, но и критерием проверки научных знаний.

Классическим примером использования метода моделирования является концепция четырёхэлементной системы библиотеки, разработанная Ю.Н. Столяровым [8, с. 27]. В библиотечной деятельности широко известны рекомендательные стандарты, построенные на основе метода моделирования: «Модельный стандарт деятельности общедоступной библиотеки», «Модельный стандарт деятельности специальной библиотеки», а также структурно-функциональная модель при продвижении библиотечно-библиографических знаний в условиях научных библиотек, матричная модель классификации ресурсов Интернета и другие [9, 10].

Моделирование предполагает определение функций создаваемой модели, требований к ней и основных этапов разработки.

Для специальной библиотеки модель коммуникационной стратегии реализует следующие функции (некоторые из них выделены согласно классификациям И.Б. Новика и В.А. Штоффа):

- иллюстративная – направлена на представление уровня развития специальной библиотеки;
- трансляционная – переносит известную о деятельности библиотеки информацию в новую сферу познания;
- заместительно-эвристическая – призвана дать предварительное объяснение познаваемого явления, направленное на дальнейшую разработку теории;
- экстраполяционно-прогностическая – вывод, который станет следствием модели, поможет спрогнозировать развитие структуры изучаемого объекта – специальной библиотеки [11, 12].

Модель коммуникационной стратегии специальной библиотеки должна соответствовать следующим требованиям:

- ясность (отражение самых существенных аспектов изучаемого явления);
- непротиворечивость сложившимся научным принципам и исследованиям в области библиотековедения;
- стабильность (с возможностью внесения корректировок в процессе работы);
- универсальность (при использовании специальными библиотеками с различными финансовыми и человеческими ресурсами);
- эффективность (при применении модели в выработке нового знания и достижении цели моделирования).

Мы предполагаем моделировать типовую коммуникационную стратегию специальной библиотеки согласно следующим этапам:

1) подготовительный: определение цели и постановка задач разработки и реализации типовой коммуникационной стратегии специальных библиотек с учётом их деятельности, векторов и направлений развития в историческом контексте; изучение и

описание объекта исследования – коммуникационной деятельности специальных библиотек;

2) создание прототипа бренда: разработка основных элементов бренд-концепции для специальных библиотек;

3) построение модели коммуникационной стратегии библиотеки как средства реализации коммуникационной деятельности;

4) апробация модели – внедрение модели в деятельность специальной библиотеки.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ

Приведем несколько ключевых этапов разработки коммуникационной стратегии:

- анализ целевых аудиторий с целью определения интересов и потребностей пользователей, выявления коммуникационных барьеров;
- анализ поведения в интернет-пространстве и традиционной среде, направленный на изучение уровня информационной активности библиотеки на собственных ресурсах, а также каналов и элементов продвижения информационных продуктов и услуг во внутрикорпоративной среде и интернет-пространстве;
- характеристика платформы бренда, включающая позиционирование (или репозиционирование);
- визуализация модели;
- создание плана внедрения – «дорожной карты» и внедрение её в деятельность специальной библиотеки;
- мониторинг эффективности.

При разработке коммуникационной стратегии специальной библиотекой могут быть использованы методы:

- микросегментирование целевой аудитории по различным параметрам, составление «карты путешествий клиента»;
- маркетинговая идентификация специальной библиотеки (SWOT-анализ деятельности, построение «колеса бренда»);
- составление архитектуры и матрицы бренда.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммуникационная стратегия специальной библиотеки является значимым инструментом деятельности в условиях формирования информационного общества и тенденций цифровизации. Теоретическими и практическими основаниями разработки модели коммуникационной стратегии специальных библиотек выступают: инструменты общего маркетинга, технологии маркетинга 3.0 и 4.0, а также теория и практика библиотековедения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван ; пер. с англ. А.Ю. Заякина. – Москва: Эксмо, 2011. – 119 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0: разворот от традиционного к цифровому / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван; пер. с англ. М. Хорошиловой. – Москва: Бомбора, 2019. – 219, [1] с.
3. Илюхин А.С. Возможности применения маркетинга 3.0 в российском B2B сегменте / А.С. Илюхин, Н.И. Гавриленко // Успехи в химии и химической технологии. – 2017. – Т. 31, № 14. – С. 16–18.
4. Часовских В.П. Становление концепции «маркетинг 3.0» в контексте глобализации и развития социальных коммуникаций / В.П. Часовских, М.П. Воронов // Дискуссия. – 2013. – №8(38). – С. 103–114.
5. Юлдашева О.У. Покупатель будущего, новые модели потребления и сотворчество ценности: контуры маркетинга 4.0 / О.У. Юлдашева, Г.В. Халиков, А.В. Цой // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного ун-та. – 2018. – № 2. – С. 90−106.
6. Редькина Н.С. Моделирование в библиотековедении и практике работы библиотек // Библиотековедение. – 2015. – № 6. – С. 30−34. DOI: 10.25281/0869-608X-2015-0-6-30-34
7. Редькина Н.С. Моделирование как метод научного познания в библиотековедении : монография. – Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2016. – 128 с.
8. Столяров Ю.Н. Системная сущность библиотеки // Школьная библиотека. – 2003. – № 1. – С. 26–28.
9. Булычева О.С. Матричная модель классификации ресурсов Интернет, используемых в библиографическом поиске материалов для научной работы // Научный сервис в сети Интернет : тезисы докл. Всерос. науч. конф. (г. Новороссийск, 20-25 сент. 1999 г.). – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 211–214.
10. Петрова Л.И. Структурно-функциональная модель системы пропаганды библиотечно-библиографических знаний в областных (краевых и республиканских (АССР) универсальных научных библиотеках // Проблемы теории и практики моделирования деятельности универсальной научной библиотеки как информационного центра : сб. науч. трудов. – Ленинград: Гос. публ. б-ка им. М.Е. Салтыкова-Щедрина, 1987. – С. 39–50.
11. Новик И.Б. О моделировании сложных систем (философский очерк). – Москва : Мысль, 1965. – 335 с.
12. Штофф В.А. Моделирование и философия. – Москва – Ленинград: Наука, 1966. – 301 с.

Материал поступил в редакцию 13.01.22.

Сведения об авторе

НАЗАРОВ Михаил Васильевич – заведующий сектором отдела развития, Государственная специальная библиотека для слепых и слабовидящих, Санкт-Петербург
e-mail: nmo@gbs.spb.ru

УДК 02:004.9

О.В. Дворовенко, Л.Г. Тараненко, А.В. Смердин

О разработке и внедрении мобильных приложений в библиотеке

Рассматриваются мобильные приложения в библиотеке и их преимущества: новые навыки поиска информации, изменившиеся требования к характеру и качеству обслуживания; становление новой, ориентированной на пользователя, модели библиотечной работы; формирование мобильных сайтов и приложений, кардинально видоизменяющих обслуживание читателей; имиджевые технологии. Представлена технология создания и дается характеристика мобильного приложения «Читательский билет», созданного для Государственной библиотеки Кузбасса для детей и молодежи (г. Кемерово).

Ключевые слова: *мобильные приложения библиотек, автоматизированные библиотечно-информационные системы, электронный каталог, мобильные технологии*

DOI: 10.36535/0548-0019-2022-02-4

Внедрение библиотеками мобильных сервисов – актуального и приоритетного канала связи с современным пользователем – становится главным трендом в организации библиотечного обслуживания, что с начала 2000-х гг. вызывает обсуждение этой темы в различных публикациях (рис. 1).

Содержание этих публикаций носит преимущественно описательный характер, представляя отечественный зарубежный опыт разработки и внедрения мобильных приложений в практику работы библиотек.

Так, называя тенденции развития цифровых технологий в библиотеках (Большие Данные, искусственный интеллект, роботизация, мобильные технологии в библиотеках, криптовалюта и блокчейн, интернет вещей, облачные технологии), Я.Л. Шрайберг [1] отмечает, что использование этих технологий позволяет осуществлять быстрый доступ к электронному каталогу библиотеки.

Е.В. Михайлова в работе [2] анализирует зарубежный опыт создания библиотечных мобильных приложений. Она считает, что наиболее часто транслируемые услуги – это доступ к электронному каталогу и базам данных, бронирование мест для занятий, режим работы библиотеки, контактные данные, виртуальная справочная служба, доступ к личному аккаунту, новостям библиотеки, и определяет перспективные идеи мобильных приложений: 3D-моделирование расположения отделов, центров и залов библиотек, подключение GPS-навигации, а также использование оптического распознавания символов, рассматривая их на примере разработанного Иллинойским университетом мобильного приложения, позволяющего студентам находить в библиотечном фонде и сканировать нужные документы.

Так, первая публикация по рассматриваемой нами теме выявлена в 2012 г. – это работа К. Цейнова [3], в которой автор описывает процесс разработки в Баварской государственной библиотеке таких инновационных «каналов» и сервисов, как мобильные приложения, дополненная реальность и жестовая обработка данных.

И.С. Болдырева на основе научных источников, представленных в публикациях в том числе и в веб-пространстве, изучила функциональные особенности четырех мобильных приложений Баварской государственной библиотеки: Бавария в исторических картах; знаменитые книги; немецкие классики в первых изданиях; навигатор по Баварской государственной библиотеке. Уникальность этих приложений в том, что они помогают раскрыть информацию о книжных коллекциях библиотеки, стать навигатором по многоэтажному библиотечному зданию с развитой инфраструктурой, отправить пользователя в виртуальное географическое путешествие во времени. Это достигается применением расширенного функционала приложений: геолокация пользователя, технологии дополненной реальности, режимы эффективного чтения, а также технологии передачи данных Bluetooth [4].

Зарубежный опыт разработки мобильных приложений для библиотек отражен в работе Т.Е. Савицкой [5]. Ею прослежена эволюция развития мобильных сервисов и ассортимента предлагаемых услуг в библиотеках США и Европейских стран. Автор констатирует переход к комплексному библиотечно-информационному обслуживанию: доступ к электронному каталогу библиотеки, к электронным и аудиокнигам, фильмам и различным мультимедийным продуктам, цифровым архивам; лингафонные курсы; справочное обслуживание; организация интерактивных библиотечных выставок и картинных галерей и т.д.

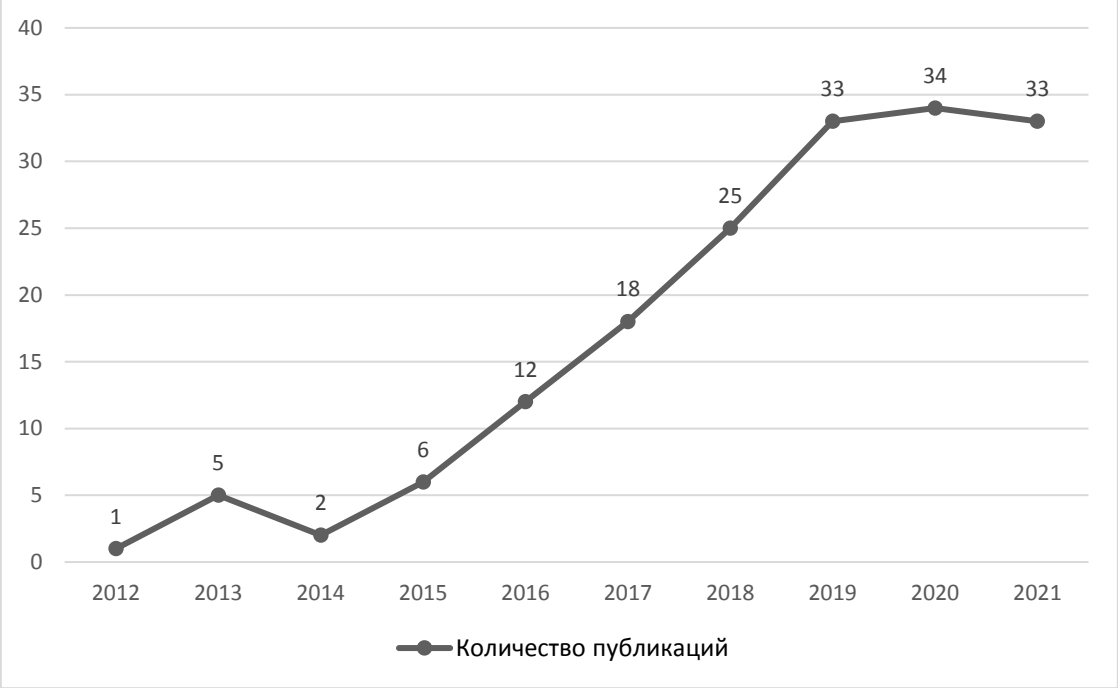

Рис. 1. Рост количества публикаций по теме «Мобильные приложения для библиотек»

Обзор отечественных мобильных приложений библиотек представлен О.И. Китаевой, Ф.Р. Курманаевой, А.А. Давыдовой [6]. Примеры приложений: TeenBook (Свердловская областная библиотека для детей и юношества), «Хакасия. Библиотека под рукой» (Национальная библиотека им. Н.Г. Доможакова). На данный момент информация о приложении «Хакасия. Библиотека под рукой» в Google Play не найдена. Функционал характеризуемых этими исследователями приложений позволяет не только забронировать книгу и получить доступ к электронному каталогу, но и скачать копию оцифрованных изданий.

Собственный опыт разработки мобильного клиент-серверного приложения для операционной системы iOS описывает З.С. Магомадова [7]. Это приложение создано с целью повышения оперативности доступа сотрудников и студентов университета к литературе; автор характеризует требования к приспособляемости, надежности и информационной безопасности системы, она указывает на пользовательские характеристики приложения: удобный и интуитивно понятный интерфейс, актуализация информации, надежность и безопасность данных.

Интерес представляет опыт Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края (г. Красноярск), описанный Г.А. Арноси [8]. Здесь мобильные приложения созданы на платформах iOS и Android. Их особенность во взаимодействии с САБ ИРБИС64 по протоколу HTTPS, модулем WEB-ИРБИС 64 и АРМ Читатель.

Отдельного внимания заслуживают публикации, характеризующие технологию разработки мобильного приложения. Так, Д.А. Ломовцев и И.Н. Доронина [9] рассматривают потенциал и перспективы технологии разработки мобильных приложений для развития автоматизации библиотек. Они предлагают современный метод проектирования мобильного приложения в деятельности муниципальной библиотеки и описывают функциональную модель для оптимизации разработки мобильного приложения в библиотеке. В статье [10] З.С. Магомадовой показаны возможности сервиса iBuildApp для создания мобильных приложений.

Мобильные приложения рассматриваются не только как эффективный инструмент в обслуживании удаленных пользователей библиотеки [11], но и в качестве потенциала для информационного обеспечения научных исследований [12]. По мнению Ю.А. Герасименко, информационное обеспечение научных исследований с помощью мобильного приложения библиотеки – это возможность релевантного доступа к научным материалам. Для этого в приложениях должны быть организованы следующие функции: поиск и получение открытого доступа к ресурсам, в том числе научным; рассылка статей по тематике; удобные навигация и интерфейс.

В работе [13] автор анализирует мобильные приложения вузовских и академических библиотек – агрегаторов научной информации, а также мобильные версии электронных библиотек и библиотечных систем по количеству скачиваний, по оценкам пользователей и количеству этих оценок. Данные анализа наглядно показывают низкий спрос на мобильные приложения в вузовских и мобильных библиотеках, что объясняется целевой аудиторией пользователей.

Поиск мобильных приложений библиотек в Google Play и App Store по ключевым словам затруднен. Так, по запросу «Читательский билет» в Google Play обнаружены приложения Кузбасской государственной библиотеки для детей и молодежи и Научной библиотеки Томского государственного университета. В потенциально актуальных категориях «Книги и справочники» и «Образование» необходимые приложения не были обнаружены. Поиск по сайтам Центральных библиотек субъектов РФ позволил найти приложения

«Личный кабинет читателя» Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края, «Электронный читательский билет» Новосибирской государственной научной библиотеки, мобильный гид «Хетагуровский Владикавказ» Национальной научной библиотеки РСО-Алания, «Югра квест» Государственной библиотеки Югры.

Для создания читательского билета библиотеки используют приложение Wallet (Российская государственная библиотека для детей и молодежи, Новосибирская государственная научная библиотека, библиотека НИУ «Высшая школа экономики»), которое позволяет вводить дисконтные и платежные карты. Доработав приложение, библиотеки предоставили читателям возможность получать необходимую информацию о ранее выданных изданиях и сроках их возврата, о возможности продления, новых поступлениях в фонды, а также информировать о событиях. Реализация функционального состава приложений возможна через интеграцию с автоматизированной библиотечно-информационной системой (АБИС), используемой в библиотеке. Эти процессы требуют подключения специалистов, обладающих компетенциями в области информационных технологий.

Возможности интеграции прослеживаются с мобильным приложением ЛитРес: читатель библиотеки, подключенной к сервису, имеет возможность получить читательский билет и доступ к электронным и аудиокнигам бесплатно. Условия книговыдачи определяет библиотека-оператор.

В.Т. Грибов, С.В. Ефремов, Л.В. Левова [14] полагают, что автоматизированная библиотечная система по функциональным характеристикам должна обеспечивать:

- автоматизацию технологических процессов библиотеки на уровне каждого рабочего места и библиотеки в целом;
- создание электронного каталога и присоединение к нему электронных информационных ресурсов;
- доступ к электронному каталогу из локальной вычислительной сети и из Интернета.

АБИС «МегаПро» имеет версию для смартфонов, которая выполнена в web-браузере и инсталляция каких-либо дополнительных программных средств на мобильном устройстве не требуется.

Под руководством OCLC реализовано мобильное приложение CapiraMobile (https://www.oclc.org/). Оно позволяет пользователям осуществлять поиск в электронном каталоге библиотеки, узнавать о событиях, услугах и ресурсах, получать электронный читательский билет, а также уведомления, самостоятельно заказывать издания и проч. CapiraMobile расширяет возможности библиотеки, поэтому готовы к интеграции с сайтом и социальными сетями библиотеки, адаптации под ее фирменный стиль.

Возможности приложение Ex Libris Library Mobile:

- аутентификация с единым входом;
- поиск по электронному каталогу библиотеки и онлайн-ресурсам;
- доступ к учетной записи: срокам сдачи литературы, выданным изданиям из фонда, новым поступлениям и др.;
- информация о библиотеке: услуги, ресурсы, мероприятия, часы работы;
- оповещения библиотеки о событиях, новостях и обновлениях;
- карта библиотеки.

Примером успешной мобильной версии образовательного продукта является инструмент для создания системы обучения Moodle, он имеет разработанное приложение, функционально настраиваемое с актуальными задачами образовательной организации, а также возможность брендировать его в соответствии с визуальной составляющей организации-заказчика.

Т.Е. Савицкая в работе [5] представляет три направления воздействия мобильных технологий на библиотечную деятельность:

1) изменение пользователя (читателя) как агента мобильной коммуникации (новые навыки поиска информации, требования к характеру и качеству обслуживания и т.д.);

2) становление новой, ориентированной на пользователя, модели библиотечной работы; формирование мобильных сайтов и приложений, кардинально видоизменяющих обслуживание читателей; освоение новых функций;

3) возрастание роли мобильных технологий в реформировании библиотечного дела; ставка на их развитие как исторический шанс преодолеть нарастающий цифровой разрыв.

К этому перечню можно добавить и имиджевые технологии, что позитивно сказывается на позиционировании библиотеки как современной организации, отвечающей требованиям цифровой экономики.

Мобильные сервисы дают пользователю библиотек больше возможностей и преимуществ:

- удобство – обеспечивают лучшее взаимодействие учитывая пользовательский опыт;
- персонализация – являются отличным решением для служб, которые требуют регулярного использования;
- расширенные функциональные возможности – геолокация, push-уведомления, камера, дополненная реальность, идентификация при помощи отпечатка пальца, гироскоп и т.п.;
- работа в автономном режиме.

К недостаткам мобильного приложения можно отнести дополнительные затраты:

- единовременные – разработка технического задания, создание приложения и его размещение;
- долговременные – продвижение, поддержка и обслуживание, развитие.

Использование в отечественных библиотеках мобильных приложений имеет преимущественно частные примеры.

Типовой функционал мобильных приложений библиотек включает:

- электронный каталог (поиск, заказ документов, продление, читательский билет);
- средство для чтения полнотекстовых документов и воспроизведения медиаконтента;
- афишу мероприятий, освещение событий;

- фактические сведения о библиотеке: режим работы, контакты;
- личный кабинет пользователя: возможность регистрации с последующей автоматической авторизацией в системе, заказ, получение и продление виртуального читательского билета.

Комплекс доступных пользователю услуг вполне актуален. Однако показатели востребованности мобильных приложений низкие, что может быть связано с несвоевременной разработкой и переработкой форм предоставления услуг и сервисов с учетом преимуществ и возможностей мобильного устройства в целом; а также с их неадаптированностью к современным требованиям. Главная концепция, в контексте которой должны трансформироваться формы услуг и сервисов – это сокращение дистанции между книгой и читателем, чему должно служить мобильное приложение в системе взаимодействия «читатель – библиотека – библиотекарь – книга» до «читатель – книга».

Рассмотрим пример мобильного приложения, разработанного для Государственной библиотеки Кузбасса для детей и молодежи силами отдела информационных технологий под руководством главного специалиста, магистранта Кемеровского государственного института культуры А.В. Смердина совместно со студентом-практикантом В.А. Панфиловым [15].

Программный продукт «Читательский билет» для мобильных устройств на базе операционной системы Android версии 6.0 и выше был разработан с web-интерфейсом и отвечал за обеспечение функционирования внутренней части сервисов «Диспетчер продления». Объем приложения 3,1 Мб.

Функции, заложенные в мобильном приложении библиотеки, – это сервисы, которые реализуются посредством сайта:

а) возможность регистрации с последующей автоматической авторизацией в системе (регистрация – читатель библиотеки – личный кабинет). Регистрация и авторизация предназначены для идентификации читателя и содержат 5 обязательных полей, на основе которых пользователь услуги заочно становился читателем библиотеки;

б) виртуальный читательский билет (штрих-код на экране устройства с дополнительной информацией о читателе для идентификации). Читателю не нужно получать билет на физическом носителе, для идентификации он может представить электронный читательский билет при посещении библиотеки;

в) продление документов (читатель считывает камерой штрих-код документов для формирования заявки на продление). Основная идея этой функции – использовать интерактив для продления работы с документами, чтобы пользователь получал эффект участия в процессе и ощущал контроль над ним. Серверная часть приложения обеспечивает регистрацию пользователей в системе, изменение регистрационных данных, восстановление пароля, обработку заявок на продление документов оператором, сбор статистики и отчетность.

Приложение стало доступно пользователям в Play Market в ноябре 2020 г., его продвижение приложения осуществляется через социальные сети библиотеки: публикация два раза в месяц постов в сообществах ВКонтакте (2000 подписчиков) и инстаграм библиотеки (1600 подписчиков). Это способствовало привлечению новых пользователей библиотеки (рис. 2).

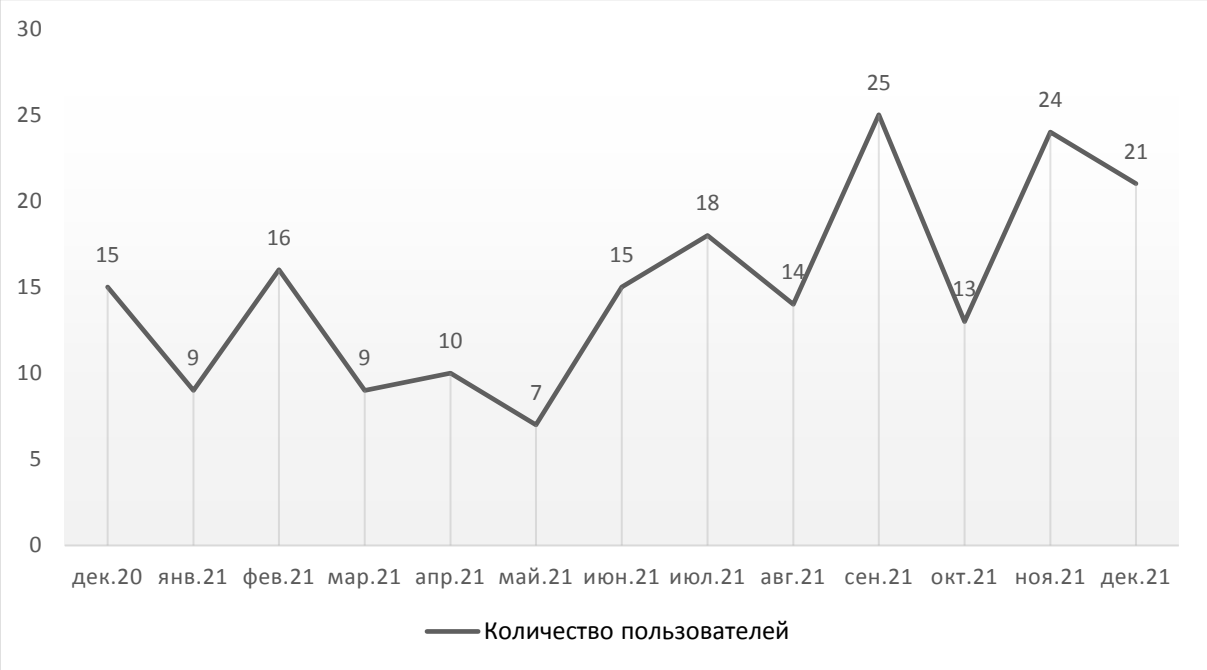

Рис. 2. Количество новых пользователей, зарегистрированных в мобильном приложении библиотеки

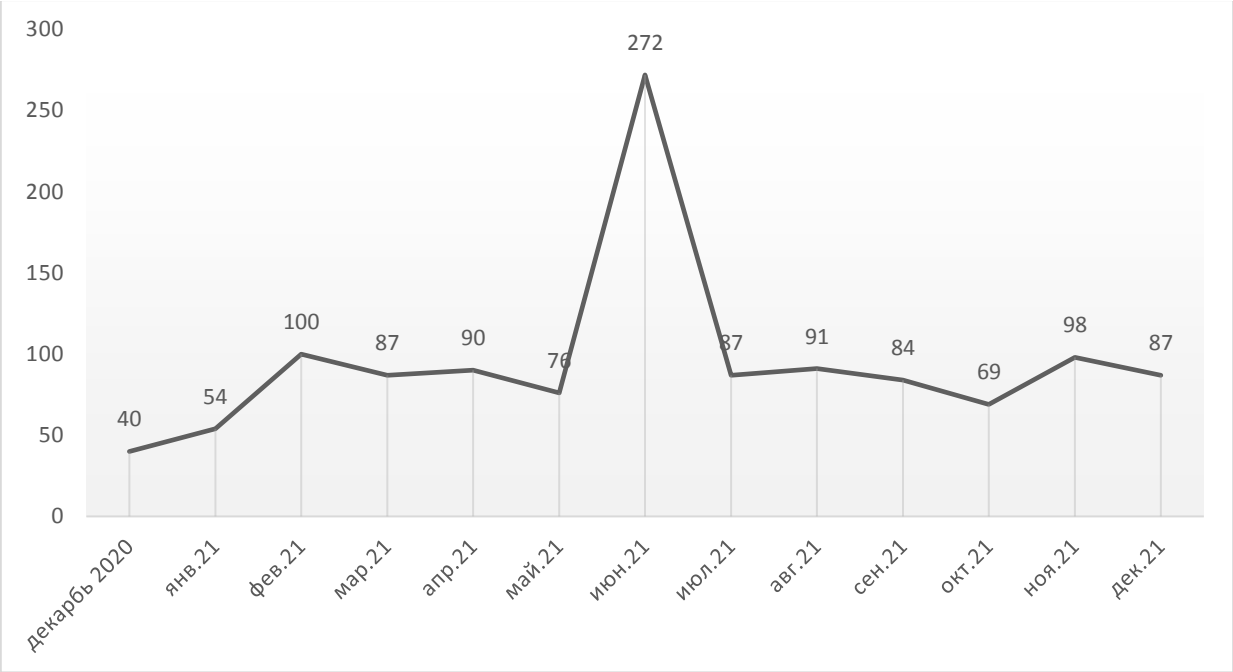

Рис. 3. Продление заказа на документы через мобильное приложение

Количество установок на Play Market достигает 200, из них активно используются 138. За год работы приложения отток пользователей составил 31%. По возрасту распределение пользователей представлено равномерно: преобладают пользователи в возрасте старше 35 лет – 27,6%, от 18 до 35 лет – 25%, от 12 до 18 лет – 21,4% и до 12 лет – 26%. Можно предположить, что пользователи до 12 лет – это родители, которые используют учетные записи детей.

На рис. 3 приведены данные об использования в 2021 г. в Государственной библиотеке Кузбасса для детей и молодежи мобильного приложения.

Можно видеть (см. рис. 2) почти равномерное использование приложения в течение года. Пик активности пользователей по продлению заказов на книги приходится на июнь 2021 года – 272 документа продлено через мобильное приложение.

В целом следует отметить, что разработанное мобильное приложение показало свои существенные преимущества – простоту использования и привлечение удаленных пользователей. Это приложение может быть адаптировано для любых типов библиотек. Однако требует продвижения и поддержки библиотечным сообществом. Для поддержания интереса к мобильным сервисам библиотек необходима их постоянная доработка, интеграция с электронными библиотечными системами, добавление возможностей чтения онлайн-изданий и интерактивного функционала.

Потенциал мобильных приложений широк: отслеживание местонахождения нужных изданий, сохранность библиотечных фондов, заказ книг и проч.

Таким образом потенциал мобильных приложений оценен не полностью. Открытыми остаются вопросы их продвижения, проблемы кадровых ресурсов, отсутствия единого подхода и регламентов, унифицирующих требования к их разработке для библиотек.

Возможным решением может стать создание таких приложений разработчиками АБИС, что несомненно качественно повлияет на цифровизацию библиотечной деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шрайберг Я.Л. Цифровизация, пандемия, экология языка, рынок информационных и образовательных услуг и библиотеки: курс на выживание и устойчивое развитие. Ежегодный доклад на Шестом Международном профессиональном форуме «Крым-2021» // Научные и технические библиотеки. – 2021. – № 9. – С. 13-72.
2. Михайлова Е.В. Мобильные технологии в современной библиотеке: выбираем лучшее // Библиотеки вузов Урала: проблемы и опыт работы: По материалам научно-практической конференции: Научно-практический сборник, Екатеринбург, 30 сентября – 01 октября 2014 г. / отв. ред. Г.Ю. Кудряшова; научный редактор Г.С. Щербинина. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2014. – С. 75-80.
3. Цейнова К. Мобильные приложения, дополненная реальность, жестовая обработка данных и многое другое – инновационные информационные сервисы для Интернета будущего: пример Баварской государственной библиотеки // Координация и стандартизация в области создания и использования национальных информационных ресурсов: сборник научных трудов. – Санкт-Петербург:

Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина, 2012. – С. 129-145.
4. Болдырева И.С. Состояние и перспективы развития мобильных библиотечных приложений (на примере Баварской государственной библиотеки) // Библиосфера. – 2020. – № 2. – С. 96-102.
5. Савицкая Т.Е. Мобильные технологии в работе библиотек: зарубежный опыт // Научные и технические библиотеки. – 2020. – №4. – С. 115-130.
6. Китаева О.И., Курманаева Ф.Р., Давыдова А.А. Обзор мобильных приложений для библиотек // Современные материалы, техника и технология: сборник научных статей 7-й международной научно-практической конференции (г. Курск, 29–30 декабря 2017 г.) / отв. ред. А.А. Горохов. – Курск: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2017. – С. 170-172.
7. Магомадова З.С. Мобильное клиент – серверное приложение «Библиотека ЧГПУ» для операционной системы IOS // Междисциплинарность научных исследований как фактор инновационного развития: сборник статей Международной научно-практической конференции (г. Иркутск, 12 октября 2020 г.) – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «ОМЕГА САЙНС», 2020. – С. 35-37.
8. Арноси Г.А. Мобильные приложения и Система автоматизации библиотек ИРБИС // Электронные ресурсы и технологии библиотек, музеев, архивов: современные решения, инновации, возможности: материалы Всероссийской научно-практической конференции (г. Красноярск, 23–25 октября 2018 г.). – Красноярск: Краевое государственное автономное учреждение культуры Государственная универсальная научная библиотека Красноярского края, 2019. – С. 25-29.
9. Ломовцев Д.А., Доронина И.Н. Функциональная модель проектирования мобильного приложения для библиотек // Современные исследования в сфере естественных, технических и физико-математических наук: сборник результатов научных исследований. – Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2018. – С. 643-648.
10. Магомадова З.С. Технология создания мобильного приложения «Библиотека ЧГПУ» // История, современное состояние и перспективы инновационного развития общества: сборник статей Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции (г. Калуга, 22 октября 2020 г.). – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «ОМЕГА САЙНС», 2020. – С. 14-16.
11. Колосов К.А. Создание приложений для мобильных устройств с целью обеспечения потребностей удаленных пользователей библиотек // Библиотека будущего: Ежегодный межведомственный сборник научных трудов. – Москва: Государственная публичная научно-техническая библиотека России, 2014. – С. 50-56.
12. Герасименко А.Ю. Методика оценки потенциала мобильных приложений для совершенствования информационного обеспечения науки // Информационные ресурсы России. – 2021. – № 1(179). – С. 32-38.
13. Герасименко А.Ю. Потенциал мобильных приложений для информационного обеспечения научных исследований // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2020. – № 4(96). – С. 116-130.
14. Грибов В.Т., Ефремов С.В., Левова Л.В. Тенденции развития средств автоматизации информационно-библиотечных технологий и их практическая реализация на примере АИБС «МегаПро» // Книга. Культура. Образование. Инновации: сборник докладов Пятого Международного профессионального форума «Крым-2019» (г. Судак, 8–16 июня 2019 г.). – Москва: ГПНТБ России, 2020. – С. 68-70.
15. Смердин А.В., Тараненко Л.Г. Роль мобильного приложения в современной библиотеке // Развитие кадрового потенциала библиотек Российской Федерации в условиях цифровой экономики: сборник научных статей / сост. и науч. ред.: Л.Г. Тараненко, О.В. Дворовенко, А.Ш. Меркулова; пер. О.В. Ртищевой. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2021. – С. 228-235.

Материал поступил в редакцию 28.12.21.

Сведения об авторах

ДВОРОВЕНКО Ольга Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент Кемеровского государственного института культуры, заведующая кафедрой технологии документальных и медиакоммуникаций
e-mail: dvorovenko_ov@mail.ru

ТАРАНЕНКО Любовь Геннадиевна – доктор педагогических наук, доцент Кемеровского государственного института культуры, декан факультета информационных и библиотечных технологии
e-mail: lubgt@mail.ru

СМЕРДИН Антон Владимирович – главный специалист отдела информационных технологий Государственной библиотеки для детей и молодежи, г. Кемерово
e-mail: ke_nt_@mail.ru

ДОКУМЕНТАЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

УДК 327(091):378.245.2:311.311

А.С. Крымская

Библиометрический анализ диссертационных исследований по истории международных отношений (2000–2019 гг.)

Приводятся результаты библиометрического анализа диссертационных исследований, представленных к защите по специальности 07.00.15 – История международных отношений и внешней политики в 2000 – 2019 гг. Отмечается, что ранее история международных отношений не становилась объектом библиометрических исследований. Выявлены основная тематика диссертаций, научные учреждения и образовательные организации, в которых проводятся и защищаются диссертационные исследования по истории международных отношений и внешней политики; представлено соотношение числа диссертаций на соискание ученой степени кандидата и доктора наук. Результаты анализа могут использоваться учеными и специалистами-практиками в научно-исследовательской и экспертно-аналитической деятельности, а также библиографами при информационном обеспечении.

Ключевые слова: *международные отношения, библиометрия, диссертационные исследования, информационное обеспечение*

DOI: 10.36535/0548-0019-2022-02-5

ВВЕДЕНИЕ

Несмотря на значительное количество библиометрических исследований, которые проводятся в последние десятилетия в различных направлениях науки, история международных отношений редко становилась объектом библиометрического анализа, как и предметная область «международные отношения и мировая политика» в целом [1, 2]. Информационные ресурсы в области международных отношений и мировой политики, которые отражают документальный поток, также редко попадали в поле внимания исследователей. Мы пытаемся устранить данные пробелы в своих работах [3–5]. Настоящая статья является одной из таких попыток.

В монографиях и статьях можно выделить пласт работ, посвященных исследованию состояния изученности вопроса истории международных отношений. Как правило, в них отмечаются научные школы, сложившиеся в XX в. в академических институтах и вузах. В первую очередь это такие академические институты, как Институт мировой экономики и международных отношений (ИМЭМО), Институт США и Канады, Институт всеобщей истории, иные институты истории РАН, и вузы – МГИМО и Дипломатическая академия МИД РФ, в которых научные школы по изучению истории международных отношений начали формироваться уже в первые годы существования этих экспертных организаций [6].

История международных отношений как составная часть исторической науки в начале XX в. послужила фундаментом, на котором происходило формирование новой дисциплины – международные отношения. Классические международные отношения как взаимодействие между государствами существовали на протяжении веков, однако как научная дисциплина международные отношения стали формироваться лишь после Первой мировой войны. Произошла институционализация научной дисциплины: в 1919 г. в Великобритании открылась кафедра, появились студенты, которые изучали межгосударственное взаимодействие, начались исследования, посвященные межгосударственным отношениям в области политических взаимоотношений. Работы по двусторонним отношениям государств выходили и раньше, но они, как правило, выполнялись в рамках исторической науки, затрагивали социальные, культурные и иные аспекты, но не политиче-

ские. В XX в. сформировался круг проблем, которые стали объектом изучения международных отношений: проблемы войны и мира, причины и мотивы войн между государствами. Позже начали изучаться конфликты, причины их возникновения, военно-политическая сфера межгосударственных отношений, внешняя политика, дипломатия и др. Для исследования этого круга проблем привлекались юридические дисциплины, социология, философия. Междисциплинарный характер международных отношений отражен в Дипломатическом словаре: международные отношения – это «совокупность экономических, политических, идеологических, правовых, дипломатических, военных и других связей и взаимоотношений между государствами и системами государств, между основными классами, социальными, экономическими, политическими силами, организациями и движениями, действующими на мировой арене» [7, с. 206]. Междисциплинарный характер также свойственен еще одной дисциплине – мировой политике [8, с. 101]. Один из ведущих исследователей по международным отношениям П. А. Цыганков отмечает: «Международные отношения и мировая политика представляют собой единую, многообразную и целостную реальность. Ее невозможно «схватить» во всей комплексности. Поэтому исследование осуществляется по частям и под разными углами зрения, выявляющими различные аспекты наблюдаемого объекта. Указанная реальность изучается поэтому **множеством самых разных дисциплин** (выделено нами. – *А.К.*) – от истории, экономики и права до информатики, глобалистики и страноведения» [9, с. 17].

Ведущую роль в изучении международных отношений в России играли академические институты. «В течение ряда лет, – отмечал Р. Ш. Ганелин, – в составе Академии наук сформировалась система гуманитарных институтов, которые должны были предоставлять Кремлю экспертно-исследовательские материалы вневедомственного происхождения для сопоставления с ними позиций как правительственных государственных учреждений, так и отраслевых отделов ЦК КПСС. <…> С самого начала этого процесса имелось в виду опубликование научной продукции этих институтов наряду с продолжением исследовательской работы по изучению истории, экономики, социальной, политической и духовной жизни зарубежного мира в существовавших гуманитарных институтах АН» [10].

Несомненно, что и в настоящее время эти институты, как и старейшие вузы – МГИМО и Дипломатическая академия МИД РФ, являются лидерами в сфере мировой политики и международных отношений. Сохраняют ли они лидирующие позиции в изучении истории международных отношений и внешней политики – научного направления, которое когда-то стало фундаментом, на котором формировались дисциплины «международные отношения» и «мировая политика»? С помощью библиометрического анализа мы попытались ответить на этот вопрос.

Объектами библиометрического анализа могут быть как документальные потоки в соответствии с территориальным уровнем (мировой, национальный, региональный, организационный), отраслевым уровнем (многоотраслевой, межотраслевой, отраслевой), так и отдельные виды изданий и документов. Среди видов изданий нередко объектом анализа выступают авторефераты диссертаций.

Потоки диссертационных исследований анализировали Н.А. Бабенкова [11], Т.В. Еременко [12, 13], Е.А. Плешкевич [14], П.С. Романов [15–17], С.В. Серебренников [18]. К наиболее значимым работам относятся труды А.А. Пронина, посвященные анализу диссертаций по Русскому Зарубежью и российской эмиграции [19, 20], В.И. Уколовой с анализом диссертаций по всеобщей истории [21–24]. Диссертации как библиографический источник по зарубежной русистике рассматривала И.Ю. Еременко [25]. Как видно из заглавий этих публикаций, некоторые из них посвящены аспектам истории международных отношений, но в объеме библиометрических исследований, которые проводятся по другим дисциплинам, они составляют наименьшую долю.

Прежде чем приступить к характеристике базы исследования и результатов анализа, необходимо рассмотреть место истории международных отношений в номенклатуре научных специальностей в первое двадцатилетие XXI в.

Несмотря на тесную взаимосвязь всех трех дисциплин – «история международных отношений», «международные отношения» и «мировая политика», они оказались в разных науках – исторической и политической, и как следствие в разных научных специальностях и направлениях подготовки. Тем не менее, в рамках образовательной программы бакалавриата (41.03.05 «Международные отношения) история международных отношений является базовой дисциплиной, ее отдельные аспекты отражены в дисциплинах программ магистратуры (41.04.05 «Международные отношения). Самостоятельной образовательной программой история международных отношений выступает в рамках направления подготовки «История».

Диссертации по истории международных отношений защищаются по научной специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики», которая входит в группу «07.00.00 – История и археология» со стабильным количеством диссертационных исследований. Они традиционно защищаются в академических институтах Отделения историко-филологических наук и Отделения глобальных проблем и международных отношений Российской академии наук, а также в вузах, ведущих подготовку кадров в области мировой политики и международных отношений. Вторая научная специальность, которая отражает предметное поле «международные отношения и мировая политика», – это «23.00.04 – Политические проблемы международных отношений, глобального и регионального развития» (политические науки). В область исследований этой специальности также входят история становления международных отношений, деятельность международных организаций. Можно выделить и другие смежные области исследований. Различие двух специальностей заключается в объектах исследований. В специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики» объектом является совокупность исторических источников, историографии и источниковедения международных отношений и внешней политики, а в специальности «23.00.04 – Политические проблемы

международных отношений, глобального и регионального развития» – международные отношения, проблемы глобального и регионального развития.

В настоящей статье объектом библиометрического анализа выступают диссертационные исследования по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики», представленные к защите в 2000–2019 гг. Проведенный анализ позволит подвести промежуточный итог изучения этого научного направления: выявить научные учреждения и образовательные организации, на базе которых выполняются и защищаются диссертационные исследования по истории международных отношений и внешней политики, научных руководителей (научных консультантов) и ведущие организации, специализирующиеся на изучении истории международных отношений и внешней политики, которые могут рассматриваться как научные школы в данном научном направлении, а также тематику диссертаций.

ХАРАКТЕРИСТИКА БАЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Источником для отбора диссертационных работ послужили Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) и Научная электронная библиотека диссертаций DsLib.net, а также официальный сайт Высшей аттестационной комиссии при Министерстве высшего образования и науки РФ.

В качестве основных индикаторов для библиометрического анализа избраны:

- количество диссертационных исследований;
- хронология (год публикации автореферата);
- искомая ученая степень (кандидат, доктор наук);
- учреждения, на базе которых выполнены диссертации;
- научные руководители (научные консультанты) соискателей ученых степеней кандидата и доктора наук;
- место публикации (город) автореферата;
- ведущие организации;
- место защиты – учреждения, в которых защищались диссертации.

По состоянию на 14 марта 2021 г. Электронная библиотека диссертаций РГБ включала 882 библиографических описания диссертаций и авторефератов диссертаций по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики». Временной период – 1998–2020 гг. Для нашего исследования был выбран двадцатилетний период – 2000–2019 гг.

В ходе обработки массива были отобраны авторефераты диссертаций. В случае отсутствия библиографического описания авторефератов, они выявлялись через электронные каталоги РГБ и Российской национальной библиотеки (РНБ), а также Научную электронную библиотеку диссертаций DsLib.net. Как правило, такие лакуны присутствуют в микропотоке за первые годы XXI столетия.

С помощью Электронной библиотеки диссертаций (ЭБД) РГБ и Научной электронной библиотеки диссертаций DsLib.net, а также официального сайта ВАК РФ отобрано 525 диссертаций на русском языке, представленных к защите по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики» с 2000 по 2019 гг. В этот массив также вошли представленные к защите в странах СНГ (Беларусь, Казахстан, Таджикистан), диссертационные исследования, которые отражаются в ЭБД РГБ и защищаются по этой специальности.

Библиографические описания авторефератов диссертаций были сведены в таблицу. Выделены следующие поля: год публикации автореферата, автор (ФИО диссертанта), заглавие диссертационной работы, искомая ученая степень (кандидат наук, доктор наук), место ее защиты, место (город) публикации автореферата. В результате обращения к электронным версиям авторефератов массив был дополнен такими сведениями, как место выполнения диссертационной работы (организация и структурное подразделение), научный руководитель (консультант) и ведущая организация.

В случае отсутствия электронных версий авторефератов необходимые сведения выявлялись через Научную электронную библиотеку диссертаций DsLib.net и официальный сайт ВАК РФ. Если версии в избранных источниках не выявлялись, то в графах «место выполнения диссертационной работы (организация и структурное подразделение)», «научный руководитель (консультант)», «ведущая организация» ставился прочерк. Всего насчитывается 94 единицы авторефератов, электронные версии которых оказались недоступны.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ПОТОКА ДИССЕРТАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Рассматривая годовую продуктивность, следует отметить, что ежегодно к защите в среднем представляется 26 диссертаций (издается авторефератов диссертаций) (табл. 1). Таким образом, на протяжении 20 лет наблюдался стабильный интерес к теме истории международных отношений и внешней политике. Наибольшее количество диссертаций приходится на 2007 и 2018 гг. (38 и 42 работы соответственно), минимальное количество – на 2001 и 2019 гг. (16 работ) (16 и 15 работ). Если анализировать динамику защит (публикации авторефератов) за каждые пять лет, то можно увидеть, что наибольшее количество диссертаций (151) приходится на второе пятилетие (2005–2009 гг.).

По месту публикации авторефератов можно анализировать географическую структуру потока диссертационных исследований (табл. 2). География защит представлена 11 городами. Лидером является Москва (345 диссертаций – 66%), далее следуют с существенным отставанием Санкт-Петербург (82 – 16%) и Нижний Новгород – 64 диссертации (12%).

В течение 2000–2019 гг. отобранные нами диссертационные исследования защищались в 24 организациях, в том числе в 18 российских (табл. 3). Из этих 18 лишь 3 организации относятся к учреждениям науки: Институт востоковедения РАН, Институт Африки РАН и Институт славяноведения РАН.

Для 160 диссертаций (30,5%) местом защиты стал Российский университет дружбы народов. На 2-м месте по количеству защит диссертаций стоит Санкт-Петербургский государственный университет – 82

диссертации (15,6%), на 3-м – Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского – 64 диссертации (12,2%), на 4-м – МГИМО – 55 диссертаций (10,5%), на 5-м – Институт востоковедения РАН – 46 диссертаций (8,6%). Старейшая Дипломатическая академия МИД России по числу диссертаций, которые были представлены к защите на ее базе, занимает шестое место (35 диссертаций).

По состоянию на март 2019 г. в России действовало 8 диссертационных советов по анализируемой научной специальности (Перечень действующих советов по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по состоянию на 20.03.2019 г.): Институт Африки Российской академии наук, Институт востоковедения Российской академии наук, Институт славяноведения Российской академии наук, Российский государственный гуманитарный университет, Российский университет дружбы народов, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Таджикский национальный университет, Казанский (Приволжский) федеральный университет, государственное научное бюджетное учреждение «Академия наук Республики Татарстан.

41 диссертационное исследование (7,8%) из 525 было представлено на соискание ученой степени доктора исторических наук. Места защиты докторских диссертаций: Алма-Ата – 1, Душанбе – 2, Москва – 28, Нижний Новгород – 4, Санкт-Петербург – 6.

Для анализа остальных показателей (ведущая организация, организация, на базе которой выполнялось исследование и научный руководитель (научный консультант)) учитывался 431 автореферат, доступный в электронном виде для выявления необходимых сведений.

В XX в. отечественные документальные ресурсы международной тематики носили преимущественно исторический характер. Основными центрами по изучению истории международных отношений и внешней политики традиционно выступали три группы организаций:

- институты Академии наук, изучавшие историю, экономику, социальную, политическую и духовную жизнь зарубежных стран и континентов;
- высшие учебные заведения, которые, наряду с учебной деятельностью, занимались научными исследованиями (в первую очередь МГИМО, МГУ, Дипломатическая академия МИД, исторические факультеты крупнейших вузов страны);
- библиотеки и информационные центры, в которых были созданы структурные подразделения, изучавшие отдельные аспекты международных отношений и внешней политики (БАН, РНБ, ИНИОН).

Таблица 1

Динамика диссертационных исследований по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики»

Год публикации автореферата	Количество диссертаций	Год публикации автореферата	Количество диссертаций
2000	27	2010	24
2001	16	2011	25
2002	19	2012	23
2003	25	2013	31
2004	22	2014	20
2005	31	2015	32
2006	33	2016	29
2007	38	2017	24
2008	24	2018	42
2009	25	2019	15

Таблица 2

Географическое распределение диссертационных исследований по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики»

Город	Количество диссертаций
Москва	345
Санкт-Петербург	82
Нижний Новгород	64
Душанбе	12
Екатеринбург	11
Архангельск	4
Алматы	2
Казань	2
Волгоград	1
Воронеж	1
Минск	1
Итого	**525**

Таблица 3

Распределение диссертационных исследований по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики» по организациям – местам защиты

Место защиты диссертации	Количество представленных к защите диссертаций
Российский университет дружбы народов	160
Санкт-Петербургский государственный университет	82
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского	64
Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России (МГИМО)	55
Институт востоковедения РАН	46
Дипломатическая академия МИД России	35
Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ)	18
Институт Африки РАН	16
Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина	12
Таджикский национальный университет Республики Таджикистан	10
Московский государственный лингвистический университет	7
Поморский государственный университет им. М.В. Ломоносова	4
Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации	4
Институт славяноведения РАН	2
Алматинский государственный университет имени Абая	1
Белорусский государственный университет	1
Волгоградский государственный университет	1
Воронежский государственный университет	1
Казанский (Приволжский) федеральный университет	1
Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова	1
Санкт-Петербургский государственный горный университет	1
Таджикский государственный университет коммерции	1
Таджикский национальный университет права, бизнеса и политики	1
Университет Сорбонна – Париж 4	1

В 2000–2019 гг. эти группы организаций выступали как базой для проведения диссертационных исследований, так и ведущими организациями, которые готовили отзывы на диссертации. В этот период диссертационные исследования выполнялись на базе 30 образовательных организаций и учреждений науки (табл. 4). Преобладали образовательные организации – 24. Лидером по проведению диссертационных исследований является Российский университет дружбы народов, на который приходится 158 диссертаций (30%). В 13 авторефератах диссертаций не указано место выполнения диссертационной работы.

Ведущими были 83 организации, в том числе 61 вуз (291 диссертаций или 68,5%) и 22 учреждения науки (134 диссертации или 31,5%), которые подготовили отзывы на 425 диссертационных исследований (табл. 5). В соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации от 23.08.2017 № 1792-р с 2018 г. МГИМО имеет право самостоятельно присуждать ученые степени кандидата и доктора наук и выдавать дипломы. В числе документов, необходимых для представления к защите, отсутствуют автореферат, а также отзывы оппонентов и ведущей организации. На сайте МГИМО размещено 6 диссертаций, представленных к защите в 2018–2019 гг. [26]

Среди организаций, оценивающих значимость диссертационных исследований (ведущих организаций), лидирующую позицию занимает Дипломатическая академия МИД России (66 диссертаций), далее следуют Институт востоковедения РАН (33 диссертации) и Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (32 диссертации).

Из 22 научных учреждений, выступавших в качестве ведущих организаций, 18 относятся к научным учреждениям Российской академии наук (табл. 6). По их названиям (Институт востоковедения РАН и Институт Африки РАН) можно увидеть, что в диссертационных исследованиях существенное внимание уделяется изучению Азии и Африки в системе международных отношений и внешней политики.

Научными руководителями (консультантами) 425 диссертационных исследований выступили 187 ученых. Под руководством десяти ученых подготовлено 129 диссертаций (30,3%) (табл. 7). Эти ученые представляют три образовательных организации:

- Российский университет дружбы народов – 6 человек;

- Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского – 2;
- Санкт-Петербургский государственный университет – 2 человека.

Как можно увидеть, по руководству диссертационными исследованиями по научной специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики» лидирует Российский университет дружбы народов. На него приходится 80 диссертаций, т. е. 62% научных руководителей (научных консультантов).

Для анализа тематической структуры потока диссертационных исследований была использована характеристика двух понятий – «международные отношения» и «внешняя политика», которая дается в литературе, и описание специальности. В современных публикациях под международными отношениями понимают «взаимодействие и обмен деятельностью и ее результатами, который происходит между различными социальными субъектами (прежде всего государствами) в тех или иных сферах общественной жизни» [27, с. 53]. В соответствии со словарем «Мировая политика и международные отношения: ключевые слова и понятия», внешняя политика – это «общий курс государства в международных делах, совокупность действий государства за пределами своей суверенной территории для реализации национальных интересов» [28, с. 31]. В рамках специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики» исследуются: история взаимоотношений стран и народов в области политики, дипломатии, права, экономики, идеологии, культуры, военного дела; общий курс того или иного государства по обеспечению собственных национально-государственных интересов и его дипломатической составляющей; проблемы конфликтологии, а также деятельность различных международных межправительственных и неправительственных организаций, объединений, общественно-политических движений, военных блоков [29].

Таблица 4

Учреждения, на базе которых выполнены диссертационные исследования по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики»

Учреждение	Количество диссертаций
Российский университет дружбы народов	158
Санкт-Петербургский государственный университет	82
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского	62
МГИМО	55
Институт востоковедения РАН	45
Дипломатическая академия МИД России	33
Институт Африки РАН	16
Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ)	14
Уральский государственный университет им. А.М. Горького	9
Таджикский национальный университет	7
Московский государственный лингвистический университет	5
Волгоградский государственный университет	3
Поморский государственный университет им. М. В. Ломоносова	3
Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина	3
Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации	2
Университет Сорбонна – Париж 4, МГИМО	1
Алматинский государственный университет имени Абая	1
Белорусский государственный университет	1
Военная академия Генерального Штаба Вооруженных Сил Российской Федерации	1
Воронежский государственный университет	1
Институт Дальнего Востока РАН	1
Институт Европы РАН	1
Институт славяноведения РАН	1
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова	1
Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова	1
Таджикский государственный университет коммерции	1
Таджикский национальный университет права, бизнеса и политики	1
Тюменский государственный университет	1
Центр стратегических исследований при Президенте Республики Таджикистан	1
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова	1
Место проведения диссертационного исследования не указано	13

Таблица 5

Топ 10 организаций, оценивающих значимость диссертаций по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики»

Ведущая организация	Количество диссертаций
Дипломатическая академия МИД России	66
Институт востоковедения РАН	33
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова	32
Российский университет дружбы народов	24
Институт мировой экономики и международных отношений РАН	19
МГИМО	17
Московский государственный педагогический университет	17
Институт Африки РАН	15
Казанский (Приволжский) федеральный университет	11
Институт всеобщей истории РАН	10

Таблица 6

Научные учреждения РАН как ведущие организации диссертаций по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики»

Научное учреждение	Количество диссертаций
Институт востоковедения РАН	33
Институт мировой экономики и международных отношений РАН	19
Институт Африки РАН	15
Институт всеобщей истории РАН	10
Институт Дальнего Востока РАН	8
Институт США и Канады РАН	8
Институт Европы РАН	7
Санкт-Петербургский институт истории РАН	7
Институт Латинской Америки РАН	6
ИНИОН РАН	4
Институт монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН	2
Институт славяноведения РАН	2
Библиотека РАН	1
Институт проблем международной безопасности РАН	1
Институт российской истории РАН	1
Институт сравнительной политологии РАН	1
Институт этнологии и антропологии имени Н.Н. Миклухо-Маклая РАН	1
Северо-Осетинский институт гуманитарный и социальных исследований Владикавказского научного центра РАН и Правительства Республики Северная Осетия – Алания	1

Таблица 7

Распределение диссертаций, представленных к защите по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики», по месту работы научных руководителей (консультантов)

Место работы	Количество диссертаций
Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (Нижний Новгород)	31
Российский университет дружбы народов (Москва)	80
Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург)	18

Анализ тематической структуры потока диссертационных исследований проводился на примере микропотока диссертационных исследований, посвященных России на всех этапах исторического развития. Из 525 диссертаций данной теме посвящено 179 работ.

В соответствии с паспортом специальности в анализируемом потоке можно выделить диссертационные исследования, посвященные:

- международным отношениям России – 87 названий;
- внешней политике России в отношении иностранных государств – 51;
- внешней политике иностранных государств в отношении России – 8;
- внешней политике иностранных государств в отношении СССР – 12;
- внешней политике иностранных государств в отношении СССР и России – 4;
- взаимодействию России с международными организациями и объединениями – 17 (в том числе с Группой-8 (G-8) – 2 работы, АСЕАН – 1, Международным валютным фондом – 1, НАТО – 3, Организацией объединенных наций – 1, Европейским Союзом – 4, Таможенным Союзом – 1, странами СНГ – 3).

Среди диссертаций по международным отношениям России и иностранных государств можно выделить следующие регионы: Европа (в том числе Балтийский регион) – 3, Центрально-Азиатский регион – 1, Дальний Восток – 1.

В контексте развития международных отношений России диссертации посвящены 30 странам, среди которых лидируют Китай – 13 диссертаций, Турция – 6, Франция – 5, Казахстан и Иран – по 4, Германия, Египет, Монголия и США – по 3 диссертации.

В целом международному сотрудничеству России посвящены 8 диссертаций; 7 диссертаций рассматривают международные отношения нашей страны в советский и российский периоды.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Первоначально, когда зарождалась новая дисциплина «международные отношения», лидерами по изучению истории международных отношений были академические институты, а также МГИМО, Дипломатическая академия МИД и СПбГУ. Исходя из результатов библиометрического анализа, можно сказать, что в первое двадцатилетие XXI в. лидером по месту защиты диссертаций и составу научного руководства является Российский университет дружбы народов. МГИМО и Дипломатическая академия МИД продолжают удерживать ведущие позиции в подготовке научных кадров. Институты Российской академии наук как центры по изучению истории международных отношений утратили лидирующие позиции с точки зрения подготовки научных кадров по специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики» (исторические науки). Возможно, это связано с тем, что некоторые институты, в которых на протяжении XX в. существовали диссертационные советы по этой научной специальности, сегодня закрыты. В то же время необходимо отметить, что академические институты (Институт востоковедения, ИМЭМО, Институт Африки и др.), как и старейшие вузы (Дипломатическая академия МИД, МГУ им. М.В. Ломоносова, МГИМО), сохраняют роль экспертов, выступая в качестве ведущих организаций с отзывами на диссертации.

В настоящее время в России и странах СНГ диссертационные советы по научной специальности «07.00.15 – История международных отношений и внешней политики» (исторические науки) действуют в шести организациях: ФГБУН «Институт Африки Российской академии наук», ФГБУН «Институт славяноведения Российской академии наук», ФГБОУ ВО «Дипломатическая академия Министерства иностранных дел Российской Федерации», ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», Таджикский национальный университет, ФГБУН «Институт востоковедения Российской академии наук»*.

Дальнейшее развитие исследуемой нами темы возможно в следующих направлениях:

- выявление диссертационных исследований, посвященных мировой политике и международным отношениям в рамках специальности «23.00.04 – Политические проблемы международных отношений, глобального и регионального развития (политические науки)»;
- сравнительный анализ библиометрических показателей микропотоков диссертаций двух специальностей «История международных отношений и внешней политики (исторические науки)» и «Политические проблемы международных отношений, глобального и регионального развития (политические науки)».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дегтярев Д.А. Количественные методы в международных исследованиях // Международные процессы. – 2015. – Т. 13, № 2. – С. 35–54.
2. Грушецкий Б.П. Библиометрический анализ внешнеполитических приоритетов Болгарии (по материалам журнала «Международни отношения», 2001–2012 гг.) // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия: Философия. Культурология. Политология. Социология. – 2013. – Т. 26, № 4 (65). – С. 292–300.
3. Крымская А.С. Информационные ресурсы акторов мировой политики: учебное пособие. – Санкт-Петербург: СПбГИК, 2019. – 164 с.
4. Крымская А.С. Библиотеки Организации Объединенных Наций как ресурс в информационном обеспечении специалистов // Научно-техническая информация. Сер. 1. – 2020. – № 3. – С. 17–25; Krymskaya A.S. United Nations Libraries as a Resource in Information Provision to Specialists // Scientific and Technical Information Processing. –

* Приказ Минобрнауки России № 561/нк от 03.06.2021 «О советах по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук». – URL: https://vak.minobrnauki.gov.ru/uploader/loader? type=8&name=91541087002&f=8471

2020. – Vol. 47, № 1. – P. 72-80. DOI: 10.3103/S0147688220010104.
5. Крымская А.С. Информационные ресурсы на сайтах международных организаций // Научно-техническая информация. Сер. 1. – 2020. – № 7. – С. 26–37. DOI 10.36535/0548-0019-2020-07-4.
6. Американистика / МГИМО-Университет [сайт]. – URL: https://mgimo.ru/about/structure/ucheb-nauch/sciencepolicy/scientific-schools/docs/amerikanistika/?sphrase_id=41853464.
7. Дипломатический словарь / гл. ред. А. А. Громыко и др. – 4-е изд., перераб. и доп. – Т. 2. – Москва, 1985. – С. 206.
8. Лебедева М.М. Предметное поле и предметные поля мировой политики // Международные процессы. – 2004. – Т. 2, № 2. – С. 101.
9. Цыганков П.А. «Международные отношения и мировая политика»: консолидация учебно-научной дисциплины? // Международные процессы. – 2013. – Т. 11, № 34. – С. 7–20.
10. Ганелин Р.Ш. РАН и государственная власть // Санкт-Петербургский институт истории РАН. – URL: http://www.spbiiran.nw.ru.
11. Бабенкова Н.А. Мониторинг науки: библиометрический анализ диссертаций по антропологии и этнологии (1995–2019) // Уральский исторический вестник. – 2020. – № 3(68). – С. 134–145. DOI 10.30759/1728-9718-2020-3(68)-134-145.
12. Еременко Т.В. Отечественные диссертации по библиотековедению, библиографоведению и книговедению // Библиотековедение. – 2015. – № 2. – С. 30–36.
13. Еременко Т.В. Отечественные диссертации по библиотековедению, библиографоведению и книговедению [окончание] // Библиотековедение. – 2015. – № 3. – С. 42–46.
14. Плешкевич Е.А. История библиотечного дела сквозь призму отечественных диссертационных исследований: библиометрический анализ // Библиотековедение. – 2019. – Т. 68, № 1. – С. 77–84. DOI 10.25281/0869-608X-2019-68-1-77-84.
15. Романов П.С. Аналитические характеристики документного диссертационного потока по библиотековедению США и Канады // Библиосфера. – 2018. – № 3. – С. 7–13. – DOI: 10.20913/1815-3186-2018-3-7-13.
16. Романов П.С. Анализ документного диссертационного потока по библиотековедению Канады: наукометрический подход // Канадский ежегодник. – 2016. – Вып. 20. – С. 361–380.
17. Романов П.С. Представления современных североамериканских исследователей о сущности, методологии и статусе библиотековедения (по материалам англоязычных диссертаций) // Библиосфера. – 2007. – № 1. – С. 45–51.
18. Серебренников С.В. Авторефераты диссертаций о японских военнопленных в СССР (1945–1956 гг.) как историографический источник // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2016. – Т. 8, № 6–2. – С. 66–73.
19. Пронин А.А. Российская эмиграция и Российское зарубежье в отечественных диссертационных исследованиях 1980–2005 годов (библиометрический анализ) // Библиотековедение. – 2009. – № 3. – С. 72–80. https://doi.org/10.25281/0869-608X-2009-0-3-72-80.
20. Пронин А.А. Российская эмиграция в отечественных диссертационных исследованиях 1980–2016 гг.: монография в 2-х т. / Мин-во науки и высшего образования РФ; Южно-Уральский гос. гуманитарно-педагогич. ун-т. – Москва; Берлин: ООО «Директмедиа Паблишинг», 2019.
21. Уколова В.И. Докторские диссертации по всеобщей истории в 2002–2003 гг. // Новая и новейшая история. – 2005. – № 3. – С. 219–229.
22. Уколова В.И. О тематике докторских диссертаций по всеобщей истории // Новая и новейшая история. – 2000. – № 4. – С. 89–93.
23. Уколова В.И. О тематике докторских диссертаций по всеобщей истории в 1999 г. // Новая и новейшая история. – 2001. – № 3. – С. 99–103.
24. Уколова В.И. Тематика докторских диссертаций по всеобщей истории в 2000 и 2001 гг. // Новая и новейшая история. – 2003. – № 1. – С. 129–138.
25. Еременко И.Ю. Указатель «Американские диссертации по России и СССР» как библиографический источник по зарубежной русистике // Роль библиографии в информационном обеспечении исторической науки. – Москва, 2018. – С. 268–277.
26. Диссертации и сведения о защитах / МГИМО-Университет. – URL: https://mgimo.ru/science/diss/.
27. Цыганков П.А. Мировая политика и ее содержание // Международные процессы. – 2005. – Т. 3, № 7. – С. 53–65.
28. Мировая политика и международные отношения: ключевые слова и понятия / под общ. ред. М.М. Лебедевой, С.В. Устинкина. – Москва; Н. Новгород, 2000. – 208 с.
29. ВАК 07.00.15 История международных отношений и внешней политики. – URL: https://teacode.com/online/vak/p07-00-15.html.

Материал поступил в редакцию 30.01.22.

Сведения об авторе

КРЫМСКАЯ Альбина Самиуловна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры медиалогии и литературы Санкт-Петербургского государственного института культуры, заместитель декана библиотечно-информационного факультета
e-mail: krymskayaalbina@gmail.com

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК