

графии, иллюстрирующие свежие сообщения. Однако их здесь нет, они доступны по заголовкам-гиперссылкам, открывающим читателю, как и в указанном выше издании, путь к полнотекстовым статьям. По сравнению с редакцией портала «Знание – сила», тексты здесь представлены в более удобном для восприятия виде (короткие абзацы, подглавы, меньший объем статей, наличие насыщенного иллюстративного материала). Мы полагаем, что данные статьи могут быть быстрее прочитаны и поняты аудиторией, следовательно, качественнее может быть развита просветительская функция научно-популярной журналистики.

3. Сайты всех трех научно-популярных СМИ почти не представляют аудитории интерактивных сервисов. Комментировать тексты возможности нет, прислать в редакцию новость – тоже. Образовательных игр также не имеется. На портале «Наука и жизнь» содержится форум, где можно обсудить журнальные статьи (на 12.12.2017 там было открыто 10718 тем), затронутые в интернет-интервью проблемы (111), а также выразить свое мнение о качестве представленных на сайте новостей (73) и т. д. [4]. Редакция каждого СМИ имеет группы или страницы в некоторых соцсетях (кроме «Facebook» и «Twitter»), где у читателей и подписчиков есть возможность комментирования постов. В целом, все три редакции известнейших в России и за ее пределами научно-популярных журналов продолжают искать свою новую аудиторию в мультимедийном пространстве, пока не предлагая ей разнообразия сервисов, направленных на привлечение и удержание внимания.

Литература

1. Баканов, Р. П. Актуальные проблемы современной науки и журналистика / Р. П. Баканов. – Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2017. – 302 с.
2. Геймификация – это... [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1461536>. – Дата доступа: 12.12.2017.
3. Неравные уши [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nkj.ru/facts/32740/>. – Дата доступа: 12.12.2017.
4. Раздел «Форумы» на сайте редакции журнала «Наука и жизнь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nkj.ru/forum/>. – Дата доступа: 12.12.2017.

Виктория Дабеза

*Приднестровский государственный университет им. Т. Г Шевченко
(Молдова)*

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВИРУСНОЙ И ЯДЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Под вирусной информацией мы подразумеваем самораспространяющийся при помощи мемов и мемплексов контент (чаще всего сетевой), который вводит в инфосферу новые идеологические коды или изменяет старые,

глубоко укореняясь в сознании людей (инфицированных мемоидов) и побуждая их к определенным, часто иррациональным, действиям, в том числе и к распространению (репликации) этого контента.

Принцип действия информационного вируса описан в книге Г. Почепцова «Информационные войны. Новый инструмент политики». Ссылаясь на работы Дж. Аркиллы, он говорит о двух типах информации: ядерной (лежит в основе любой структуры) и вторичной.

Трансформация «ядра» приводит к перестройке всей структуры, которая на ней базировалась. Согласно Почепцову, существует четыре варианта такой трансформации:

- 1) разрушение ядерной информации;
- 2) разрушение информации вторичного порядка, которая на следующем шаге может вести к изменению ядерной информации;
- 3) постепенная замена ядерной информации;
- 4) постепенная замена вторичной информации [6, с. 23].

Таким образом, информация называется вирусной не только из-за схожего с вирусной эпидемией процесса распространения, но и из-за принципа действия: подобно тому, как биологический вирус разрушает ядро клетки, информационный вирус уничтожает или деформирует ядерную информацию на уровне государства и на уровне отдельной личности.

Ядерная информации государства формируется, во-первых, так называемыми сильными мемами (по Хейлигену, наиболее удачными и быстро распространяющимися), которые одновременно являются и элементами имиджа страны на международной арене, и трансляторами определенных меседжей партнерам и противникам во внешнеполитической борьбе.

«Термин «microsoft» <...> является гигантским мемом. Сильно то государство, которое умудряется сохранить мультимогущественный мем, умеет информировать через мемы, постоянно обуславливающие и предстающие точкой отсчета отношений», – утверждает А. Менегетти в книге «Онтопсихология и меметика» [4, с. 22].

И действительно, многие из сильных мемов, известных нам сегодня (Facebook, Apple, Disney и др.), принадлежат одной стране, национальная идея которой – некое мессианство, построение демократии во всем мире. Однако какова эта миссия на самом деле?

Профессор международных отношений Рональд Стил пишет: «Мы создаем культуру, основанную на ублажении и увеселении масс, проповедующую гедонизм и накопление, хотя бы она и говорила об индивидуализме и автономии. Те культурные образцы, которые мы распространяем с помощью Голливуда и Макдональдса, призваны соблазнять и одновременно разрушать другие культуры. В отличие от стиля традиционных завоевателей, мы не пытаемся подчинить других: мы стремимся заставить любить нас» [цит. по: 9].

Во-вторых, ядерную информацию государства составляют **базовые национальные ценности**, определяющие культурно-социальное развитие населения страны.

Базовые национальные ценности – это совокупность духовных идеалов, присущих определённой этнической общности, которые отражают её историческое своеобразие и уникальную специфику. Другими словами, базовые национальные ценности являются сердцевиной духовной жизни нашего общества, синтезом его лучших качеств и черт. Нередко они определяют позицию гражданина, формируют отношение к государству, а также к его прошлому, настоящему и будущему [1].

В России они четко определены в документе «Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России»: патриотизм, социальная солидарность, гражданственность, семья, труд и творчество, наука, традиционные российские религии, искусство и литература, природа, человечество [3].

В США официально принятого документа, определяющего национальные ценности, нет, однако этот вопрос неоднократно изучался отдельными исследователями. Например, бывший директор информационного агентства США Л. Р. Кольс в работе «Ценности, которыми живут американцы» («The Values Americans Live By») в ряду основных ценностей выделяет: 1) равенство, эгалитаризм; 2) индивидуализм и приватность; 3) конкурентоспособность и свободное предпринимательство; 4) ориентация на работу; 5) неформальность; 6) практичность и эффективность; 7) материализм [10]. Еще одной ценностью, взаимосвязанной с индивидуализмом, является ориентация на успех, или «американская мечта», само это выражение – тоже очень сильный мем, смысл которого в том, что американское общество является открытым обществом, в котором каждый человек, независимо от статуса и происхождения, может стать успешным, знаменитым, опираясь лишь на собственные силы, а Америка – страна неограниченных возможностей [8]. Как видим, ценности двух давно конкурирующих государств полярны, и пока одерживает верх страна, создавшая мощные брендовые мемы в сфере культуры, информационных технологий и товаров массового потребления.

Говоря о ядерной информации отдельного человека, следует еще раз обратиться к работам итальянского психолога А. Менегетти, который в своих работах ввел и обосновал понятия «онто Ин-се», т. е. сущность в себе, внутреннее позитивное ядро человека, и «монитор отклонения» – психологический механизм, связанный с действиями социальных стереотипов и штампов, вмешивающихся в жизнь, бытие и искажающих сознание и восприятие окружающего мира. Менегетти отождествляет действие монитора отклонения с действиями мемов. Говорит он и о том, что чем образованнее человек, чем он цивилизованнее, тем сильнее от подвержен подселению ме-

мов-паразитов в его сознание (в русской культуре это выражено поговоркой «горе от ума»).

Кроме того, нам представляется, что ядерную информацию человека составляют его память, знания и представления. «Целью информационной войны является воздействие на системы знаний и представлений противника. Причем под знаниями понимается объективная информация, общая для всех, а под представлениями – информация, носящая субъективный, индивидуальный характер» [5, с. 69].

На принципе разрушения ядерной информации строится вирусная технология «окна Овертона», используя которую, можно любую немислимую, токсичную идею превратить в общественную норму. Для этого исходная информация должна пройти 5 этапов трансформации: вначале она воспринимается как *радикальная*, затем становится *приемлемой*, *разумной*, *стандартной* и, наконец, превращается в *действующую норму*.

Свою ядерную информацию, свой Текст строжайше оберегают все страны. Для этого есть два подхода:

- выстраивание «забора», который защищает (модель «замка»);
- выстраивание сильного Текста, который не боится чужих интервенций (модель «рыночной площади») [6, с. 23]. В ходе исторического развития Советский Союз выбрал первый путь, США – второй. Однако в настоящее время Россия принимает меры, призванные контролировать порождение культурного контента (который и есть та самая «ядерная» информация). В 2014 г. был принят документ «Основы государственной культурной политики». Его авторы, в частности, заявляют следующее: «...информационное пространство загрязнено, и воздействие на нас этих загрязнений пока ещё плохо осознаётся, но их уже можно сравнивать с загрязнением воздуха, которым мы дышим, и воды, которую мы пьем...» [цит. по: 7].

Одним из самых мощных вирусов, запущенных и транслируемых Западом, является глобализация. «Развитие глобализации подразумевает интеграцию национальных экономик, унификацию национальных историй, приведению к общему знаменателю ценностей каждой культуры. Глобализация неразрывно связана с развитием культуры потребления и такими понятиями, как «массовая культура» и «массовый человек» [2]. Этим вирусом был порожден другой – так называемый Болонский процесс, который разрушил систему российского (советского) образования.

Однако, как утверждает А. Менегетти, «мемы могут также служить укреплению культуры, цивилизации, расы, исторической эпохи» [4, с. 67]. Противостоять информационным вирусам можно, создавая национальные сильные мемы. Поскольку мемы – это единицы культурной информации, то национальные сильные мемы, должны прежде всего содержать элементы национальной культуры.

Одним из сильных российских мемов является спорт, вернее, отдельные виды спорта: фигурное катание, биатлон, художественная гимнастика, синхронное плавание, борьба (греко-римская, дзюдо и др.). Непременными атрибутами спортсменов на соревнованиях всегда были форма в национальных цветах, флаг и гимн в случае победы. Не случайно и музыка гимна России – аудиомем, активизирующий историческую память народа о том времени, когда люди гордились своей страной.

В 2017 г. из-за дисквалификации российского Олимпийского комитета российские спортсмены лишены права использовать любую символику своей страны. Предпринята попытка разрушить или хотя бы нейтрализовать такой сильный мем, как российский спорт.

У Приднестровской Молдавской Республики сильных национальных мемов также немного, позитивных – тем более. Среди позитивных выделяются исторические: Приднестровье – форпост России на Днестре (когда-то эти земли, действительно, были территорией России, а генералиссимус Суворов в 1792 г. основал столицу ПМР – Тирасполь), а также Бендерская крепость – главная достопримечательность всей республики.

Гораздо больше брендовых приднестровских мемов. Например, «Шериф» – мем неоднозначный, употребляется как в положительном (футбольная команда «Шериф», уже хорошо известная в Лиге Европы), нейтральном (стадион «Шериф», супермаркеты «Шериф»), так и резко отрицательном смысле («Республика Шериф», Холдинг). К брендовым приднестровским мемам можно отнести также «Квинт», «Букет Молдавии» (винно-коньячные заводы) и «Тиротекс» (текстильная фабрика), которые также принадлежат холдингу «Шериф». Именно продукция этих предприятий содержит различные национальные мемы. В отношении национальных мемов Приднестровья следует упомянуть, что речь идет не об одной национальности, а как минимум о трёх, языки которых – молдавский, украинский и русский – признаны государственными. Поэтому, например, на скатертях и полотенцах, выпускаемых «Тиротексом», можно найти русские, украинские и молдавские традиционные орнаменты, а коньяки «Квинта» называются «Традиции Молдавии» (именно Молдавии, а не Молдовы, еще один мем, отсылающий к советскому прошлому), «Тирас» (так древние греки называли реку Днестр), «Нистру» (Днестр по-молдавски), «Дойна» (молдавская лирическая народная песня), «Суворов», «Князь Витгенштейн» (назван в честь русского генерал-фельдмаршала Петра Витгенштейна, способствовавшего развитию виноделия на левом берегу Днестра).

Однако в силу своей непризнанности и малой территории Приднестровью нелегко заявить о себе и тем более транслировать свои мемы.

На полях непрекращающейся информационной войны сражаются не люди, а медиавирусы. Для того, чтобы свести к минимуму свои потери, лю-

бое государство должно создавать сильные брендовые, исторические, технологические мемы. Модель замка в защите ядерной информации, которую используют, например, Северная Корея и частично Китай (заблокированы соцсети Facebook, Twitter, YouTube и др.), а также некоторые другие страны, не является эффективной, поскольку направлена лишь на сохранение ядерной информации, а не на борьбу с чужеродными мемами. Модель рыночной площади, которая предполагает трансляцию своих идеологически-культурных кодов с помощью всех доступных средств, в этом случае более оправдывает себя, ведь, как известно, лучшая защита – это нападение.

Литература

1. Базовые национальные ценности. Формирование базовых национальных ценностей – [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://fb.ru/article/300519/bazovyie-natsionalnyie-tsennosti-formirovanie-bazovyih-natsionalnyih-tsennostey>.
2. Гуров, О. Н. Вирус как инструмент медиатерроризма в культуре [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proza.ru/2013/11/28/1250>.
3. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mosmetod.ru/metodicheskoe-prostranstvo/nachalnaya-shkola/inklyuzivnoe-obrazovanie/fgos/kontsepsiya-dukhovno-nravstvennogo-razvitiya-i-vospitaniya-lichnosti-grazhdaninrossii.html>.
4. Менегетти, А. Онтопсихология и меметика / пер. с ит. Е.Ус. – Рим, 2002. – 148 с.
5. Панарин, И. Н. Информационная война, PR и мировая политика. – М., 2006. – 352 с.
6. Почепцов, Г. Информационные войны. Новый инструмент политики. – М.: Алгоритм, 2015. – 256 с.
7. Огромные массивы информации передаются на хранение в хранилища США [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ruskline.ru/news_rl/2014/05/16/ogromnye_massivy_informacii_peredayutsya_na_hranenie_v_hraniliwa_ssha.
8. Adams, J. T. The Epic of America// Little, Brown, and Co. 1931.
9. «Courrier International», № 300, 01–21.08.1996.
10. Kohls L., Robert. The Values Americans Live By. – URL: <http://www.uri.edu/mind/VALUES2.pdf>.

Сергей Зеленко, Сунь Кэ

Белорусский государственный университет

АРХИТЕКТОНИКА И СТРУКТУРА МОБИЛЬНОЙ ВЕРСИИ КИТАЙСКОГО ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛА www.163.com

Сегодня китайский интернет-портал www.163.com, принадлежащий корпорации «NetEase Incorporated», представляет собой глобальный сложно-структурированный многоуровневый медиасервис, мобильная версия которого (<http://www.3g.163.com>) полностью адаптирована под функциональные