

2016  
Том 4

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР



ВЛАДИВОСТОКСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

Министерство образования и науки  
Российской Федерации

ФГОУ ВО «Владивостокский государственный  
университет экономики и сервиса»

Инновационное научно-практическое объединение  
студентов  
(ИНПОСТ ВГУЭС)



## ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР

Материалы XVIII Международной конференции  
студентов, аспирантов и молодых ученых

27–29 апреля 2016 г.

**В четырех томах**

**Том 4**

Владивосток 2016

УДК 74.584(255)Я431  
ББК 378.4  
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие  
И73 Дальневосточного региона России и стран АТР:** материалы XVIII Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (27–29 апреля 2016 г.) : в 4 т. Т. 4 / под общ. ред. д-ра экон. наук О.Ю. Ворожбит; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2016. – 280 с.

ISBN 978-5-9736-0388-5

ISBN 978-5-9736-0392-2

Включены материалы XVIII Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых исследователей «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, 2016 г.). Том 4 представляет широкий спектр исследований молодых ученых и студентов вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья, подготовленных в рамках работы секций конференции по следующим темам:

- Публичное право на современном этапе и основные тенденции его развития
- Актуальные проблемы частного права в современной юриспруденции
- Проблемы и перспективы государственно-правового развития
- Политическое и социальное развитие российского Дальнего Востока: проблемы и перспективы
- Реализация социально-экономической политики в аспекте повышения эффективности государственного, муниципального управления в ДВФО
- Психология в России: традиции и перспективы
- Философия и современность

УДК 74.584(255)Я431  
ББК 378.4

ISBN 978-5-9736-0388-5

ISBN 978-5-9736-0392-2

© Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, издание, 2016

© Коллектив авторов, текст, 2016

<i>Лашкевич Е.К., Чернявская В.С.</i> Особенности когнитивно-смысловой сферы студентов-психологов с разными уровнями креативности .....	185
<i>Макиевская Ю.Ю.</i> Исследование способности к инсайту у студентов специальности «Сервис» .....	189
<i>Максименко А.А., Чернявская В.С.</i> Ценностно-мотивационная сфера креативных подростков на примере учащихся «Дома детского творчества» г. Фокино .....	193
<i>Маматкулов Н.Р.</i> Влияние учебно-информационной и материальной среды Владивостокского государственного университета экономики и сервиса на мотивацию студентов на успешное обучение.....	197
<i>Плешивецова Т.А.</i> Значение оперативной памяти для студентов бакалавриата «Социокультурный сервис» .....	200
<i>Рацупкина В.А., Лукаш О.А., Мингазова А.В.</i> Особенности экзистенциальной исполненности у наркозависимых .....	204
<i>Рожкова Ю.А., Токмакова А.А., Пежемский А.А.</i> Креативность студентов в группе: социометрический статус и личностные показатели.....	208
<i>Симоненко А.С.</i> Акцентуации характера условно-осужденных лиц с разными уровнями агрессивности .....	213
<i>Слабко Т.А., Чернявская В.С.</i> Особенности мотивационной сферы студентов с разными уровнями адаптированности к вузу.....	218
<i>Смола М.В.</i> Особенности коммуникативной сферы младших подростков 11–12 лет (на примере школьников 5 классов Международной лингвистической школы, г. Владивосток) .....	222
<i>Шабанова В.В., Чернявская В.С.</i> Креативность и академическая успеваемость старших подростков (на примере учащихся КИТ ВГУЭС г. Владивостока) .....	226
<i>Шажирзянова Е.В.</i> Взаимосвязь преобладающего типа отношений к людям и стиля разрешения конфликтной ситуации у моряков (на примере сотрудников ПАО «Дальневосточное морское пароходство»).....	231
<b>Секция 7. ФИЛОСОФИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ .....</b>	<b>237</b>
<i>Бочарникова Ю.В.</i> Политика эстетического пространства города .....	237
<i>Гарлукович В.Ф.</i> Правовое обеспечение стабильности политической ситуации в России.....	241
<i>Коваленко Е.П., Мамычева Д.И.</i> Фридрих Ницше об условиях и препятствиях образованности.....	244
<i>Колоколова Л.А., Семик М.Ю., Мамычева Д.И.</i> Болезнь как одна из форм человеческого существования в экзистенциализме Ролло Мэя .....	248
<i>Кравченко Д.О., Мамычева Д.И.</i> Мегалополис и индивидуальность .....	251
<i>Латишина Ю.В., Куприянова В.А., Мамычева Д.И.</i> Понятие «ауры» произведения искусства в творчестве Вальтера Беньямина .....	253
<i>Минеев М.В.</i> Методологические основания современного институционализма по материалам экономических манифестов .....	256
<i>Сажина Е.А., Мамычева Д.И.</i> Макс Вебер о соотношении случайного и системного в научной деятельности.....	259
<i>Сысоева А.А.</i> Ценностные основания современного мира.....	262
<i>Улькина Д.А.</i> Мифодизайн как многоаспектный феномен .....	265
<i>Мамычева Д.И., Федоренко Е.Д.</i> Некоторые аспекты тематизации времени в работе Мартина Хайдеггера «Цолликоновские семинары» .....	268
<i>Хаметов А.А.</i> Этические стандарты современного менеджмента.....	272
<i>Чутика Ю.А., Костина Л.А.</i> Интернет-троллинг как практика современного кинизма .....	275

рованию особой атмосферы, которая привлекает клиентов. Примечательным является тот факт, что этические принципы современного менеджера не содержат запретов, типа: не оскорбляй подчиненных, либо не смотри на подчиненного с подозрением или антипатией, либо не хами, не хвастайся, и тому подобных. В рассмотренных этических стандартах отсутствуют и этикетные установки. Это объясняется на наш взгляд тем, что этикет является частью корпоративной культуры, т.е. «неписанными правилами», поэтому не включается в кодексы.

1. Как бог/Корпоративная этика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kak-bog.ru/korporativnaya-etika>

2. Ключевые ценности ZAPPOS. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.hr-academy.ru/hrarticle/klyucheveye-tsennosti-zappos.html>

3. Кравченко, А.И. История менеджмента: учебник / А.И. Кравченко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. — 432 с. С. 144.

4. ОАО "РЖД"/Российские железные дороги. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://poezd.drezna.ru/info/2011/rzd>

5. Философия и принципы adidas Group. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adidas.egraduate.ru/adidascompany/philosophy>

**Рубрика: Этика**

УДК 174.4

## ИНТЕРНЕТ-ТРОЛЛИНГ КАК ПРАКТИКА СОВРЕМЕННОГО КИНИЗМА

**Ю.А. Чупика**

бакалавр 3 курса, кафедра экономики и менеджмента

**Л.А. Костина**

бакалавр 3 курса, кафедра экономики и менеджмента

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Россия, Владивосток*

*Проблема интернет-троллинга является актуальной для всех, кто общается в социальных сетях, на форумах и в чатах. В статье рассмотрены приемы социальной коммуникации, используемые интернет-тролями, философами-киниками и юродивыми.*

**Ключевые слова и словосочетания:** троллинг, кинизм, этика интернет-общения

## INTERNET TROLLING THE PRACTICE OF CONTEMPORARY CYNICISM

**Yu.A. Chupika**

bachelor of 3<sup>rd</sup> year, economics and management

**L.A. Kostina**

bachelor of 3<sup>rd</sup> year, economics and management

*Vladivostok State University of Economics and Service  
Russia, Vladivostok*

*The problem of Internet trolling is relevant to everyone who communicates in social networks, on forums and in chats. The article discusses the techniques of social communication, used by Internet trolls, philosophers-cynics and Holy fools.*

**Keywords and phrases:** trolling, cynicism, ethics of Internet communication

В последние несколько лет в Интернете широкое распространение получило такое явление как «троллинг». Согласно устоявшемуся определению, «троллинг – это форма социальной провокации в сетевой коммуникации, использующаяся как персонифицированными участниками, заинтересованными в большей узнаваемости, публичности, эпатаже, так и анонимны-

ми пользователями без возможности их идентификации. Это явление характеризуется как процесс размещения на виртуальных коммуникативных ресурсах провокационных сообщений с целью нагнетания конфликтной обстановки путём нарушения правил этического кодекса интернет-взаимодействия [6].

Автор определения выделяет в троллинге два аспекта: первый связан с персонифицированными участниками интернет-общения, заинтересованными в большей узнаваемости, публичности, эпатаже, а второй – с анонимными, желающими скрыться под маской. Персонифицированные участники стремятся выстроить свой образ перед вогнутым зеркалом виртуальной коммуникации, которое преувеличивает и приукрашивает собственный образ, в котором котенок видит себя львом. Это всегда пиар, который безразличен к тому, чем и как ты стал известен, это или «черный» пиар в стиле старухи Шапокляк или «белый», признающий заслуги и подвиги реальных героев. Интернет безразличен цвету пиара, – он отражает только статистику (количество «лайков» и просмотров), но сам пользователь не безразличен к тому, чем и как он «прославился» или «ославился». Образно говоря, когда котенок позиционирует себя как лев, он не считает себя троллем, но когда другие пользователи начинают высмеивать его, он считает себя непризнанным гением, неправильно понятым юмористом или политическим комментатором, – то есть он считает, что стал жертвой троллинга, хотя человеку просто пытаются указать на разницу между тем, кто он есть и тем, каким он себе хочет казаться.

Анонимные пользователи, занимающиеся троллингом, – это посетители тематических форумов, социальных сетей, чатов и новостных сайтов, где есть раздел «комментарии». Особенности структуры таких площадок предоставляют возможность создания виртуального альтер-эго («ник-нейма»). В большинстве виртуальных сообществ-площадок для обмена сообщениями имеется возможность для ввода данных, куда участники вписывают свои личностные характеристики и различные данные, связанные с их интересами и увлечениями. Никто не проверяет достоверность информации, размещенной в этих полях, что позволяет пользователю сгенерировать желаемый образ своего виртуального «Я». Именно анонимность и масочность ник-нейма является объективной возможностью для организации троллинга по схеме: размещение информации – просмотры и комментарии.

Обозначение «тролль» в отношении интернет-хулиганов, утвердилось, как полагает Ирина Ксенофонтова, по ассоциации с «троллями» из скандинавской мифологии, которые избражались уродливыми, злыми, пакостными, хамливыми существами, с большим кривым носом и наклонностями канибала, созданными для причинения вреда живым существам [1]. Также возможно, что понятие «троллинг» является дословным переводом с английского: «trolling», что означает: «ловля рыбы на блесну». В этом смысле все провокационные сообщения, которые размещает «тролль», являются удочкой, на которую, как на информационный повод, «клюют» пользователи. Известный лозунг НТВ: «Скандалы, интриги, расследования – показать все, что скрыто» – это девиз «троллей».

Целью «тролля» является внимание пользователя, которое приковано к образу его собственного «Я» (в виде аватарки, ник-нейма, имиджевого образа). Люди вообще обращают внимание только на то, что задевает лично их: их представления о себе, привычки их мышления и позиционирования, их эмоции, их нравы (этос). «Тролль» делает своеобразный пилинг образа, как рыбка Гарра Руфа, питаясь образами, которые отслаиваются от человека в результате его отрицания чего-то в себе (в образе себя), либо образами, которые изначально являются искусственными, имиджевыми, изготовленными, как одежда, под влиянием моды, трендов, групповых предпочтений. И в зависимости от того, на сколько человек сросся с образом своего позиционирования, настолько бурно он будет реагировать на злобные речи, сарказм, едкие насмешливые замечания «тролля», сказанные с целью принизить уровень его важности, упрекнуть за что-то, постебаться.

Интернет-троллинг является одной из форм социального протеста и активной формой самовыражения, в своих философских основаниях и коммуникативной практике, восходящей к философии киников, насчитывающей уже две с половиной тысячи лет. Для того, чтобы рассмотреть истоки и приемы троллинга, сделаем краткий экскурс в философию кинизма. Создателем школы считается ученик Сократа Антисфен. По свидетельствам современников, он открыто выражал свою неприязнь к власти, морали, народному собранию, накопительству, считая самым ценным и единственно правильным достоинством добродетель, утверждая, что «это оружие, которое нельзя отнять». Проповедуя самоотречение и подавление чувственных влечений как средство достижения высшего блага, Антисфен ввел в кинизм принцип аскетизма.

Наиболее эпатажным представителем кинизма в античности был Диоген Синопский, который показал, что философия в буквальном смысле может быть практикой жизни. Он ввел в кинизм принцип эпатирующего диалога, доведя майевтическую практику Сократа до крайних форм. Современники даже называли его «сошедшим с ума Сократом». Некоторое время Диоген жил в «пифосе» – огромном глиняном кувшине для хранения зерна и вина прямо на площади в Афинах, заявляя при этом: «презрение к наслаждению – тоже наслаждение», и справляя естественные физиологические потребности на глазах изумленных горожан. Афиняне называли Диогена и других последователей Антисфена «киниками» или «циниками» (по-гречески *κυων* – собака). На вопросы, кто он и откуда, Диоген отвечал: «Я – гражданин мира» (по-гречески «космополит»). Он отрицал идею государства и преимущество одних людей над другими: граждан над негражданами (рабами и вольноотпущенниками), властителей над народом, мужчин над женщинами, законнорожденных над незаконнорожденными. Единственным истинным государством он считал весь мир, в котором люди с рождения равны перед богами [3]. Сегодня гражданином мира Интернет может стать любой пользователь, – это мир космополитов.

Одна из самых известных притч о Диогене повествует: Александр Македонский специально приехал в Афины, чтобы посмотреть на философа в бочке. «Я – Александр, царь Македонии, – сказал он, – а в будущем – и всего мира. Проси у меня, чего хочешь». «Не заслоняй мне солнца», – ответил Диоген. Пораженный Александр сказал своим друзьям: «Если бы я не был Александром, то стал бы Диогеном». Широко известен так же спор между Платоном и Диогеном. «Человек, – сказал Платон, – это двуногое животное без перьев». Тогда Диоген ощипал петуха и со словами: «Вот твой человек, – поставил его перед Платоном. Пришлось Платону сделать уточнение: «Двуногое животное без перьев и имеющее ногти». На наш взгляд, данные диалоги являются примерами троллинга со стороны Диогена в отношении Александра Македонского и Платона.

Пользователи, признающие себя «троллями», подобно Диогену, бросают вызов обществу, стремясь сломать групповой статус-кво в отношениях к правителю и к авторитету. Троль, как и Диоген, считает церемонии в общении излишествами, что позволяет не только троллю, но и другим участникам интернет-общения отличить конструктивный диалог от трепа, где, как в басне И.А. Крылова: кукушка хвалит петуха за то, что хвалит он кукушку, – где складывается стереотипное, потакающее глупостям пользователей устойчивое равновесие. Если же троль вторгается в здоровый диалог, то его быстро разоблачают и отбрасывают на собственные основания со шварцевским возгласом: «Тень (троль), знай своё место!». В этом смысле провокационные действия и коммуникативная позиция тролля такая же, как у гёттевского Мефистофеля: когда Фауст спрашивает его: «Ты кто?», – он отвечает: «Часть силы той, что без числа творит добро, всему желая зла» (перевод Б.Л. Пастернака). «Троль» руководствуясь желанием убедиться в прочности рамок своей или чужой социальной и коммуникативной позиции, постоянно делает попытки проверить реакцию людей на провокации и искушения. Такое поведение было свойственно средневековым юродивым.

Юродивый, как и Диоген, ставит своей целью обличение мира людей, но в отличие от античного киника, юродивый «троллит» тех, чьё лицемерное поведение рознится с «Заповедями Божьими». Юродивый воспринимался современниками как «глас Божий» и «Сосуд Духа Святаго», т.е. в отличие от киника юродивый вещает не от себя, а от Бога. Буквально, слово «юродивый» означает «уродливый», «ненормальный», но эта «ненормальность», будучи «юродством Христа ради», призвана подчеркнуть истину, изреченную Спасителем: «Царство Мое не от мира сего», и граждане этого Царства кажутся «странными», т.е. странниками в мире сем [4]. Поведение юродивого формально похоже на поведение киника. Например, почитаемый Православной церковью Василий Блаженный, храм которому стоит на Красной площади, как известно, «жил нагим», «палкой монахов побивал» и «лобызал воров и блудных людей». А особенно почитаемая в Петербурге Ксения Блаженная носила платье покойного мужа, и звала себя его именем [2]. Известные на Руси юродивые Василий Блаженный и Николай Псковский «троллили» Ивана Грозного. Например, в «Житии Николая Псковского» описан диалог юродивого с Иваном Грозным, приехавшим с опричниками грабить Псков: «В чисто убранной келье на лавке была разостлана скатерть, а на ней лежал кусок сырого мяса. «Покушай, Иванушка», – ласково сказал блаженный. «Я христианин, – сказал царь, – мяса постом не ем!» – «Ты делаешь хуже, – строго возразил ему блаженный, – ты питаешься плотию и кровию человеческою. Ты забываешь не только пост, но и Бога!»» [5].

Особенность киника и юродивого состоит в способности быть идеальным зеркалом, ничего не прибавлять от себя. Таким «идеальным зеркалом», запечатлевающим все, что в нем отражается, сегодня является фото- или видеокамера. В кадрах запечатлевается все, что попадает в объектив независимо от содержания, а современные технологии раскадровки, озвучивания и накладывания текста на изображение позволяют дополнять реальность, позволяют делать авторское видение более наглядным, выразительным и убедительным для зрителя, но при этом не обязательно истинным. Это просто субъективный авторский взгляд, который демонстрируется публично, для того, чтобы проверить, насколько пользователи интернета готовы поддержать или осмеять это авторское видение. Выкладывание изображений и видеороликов в интернет – на публичное обозрение и обсуждение – порождает резонанс и создает «славу». Это обратная перспектива, как в иконописи, когда линии на картинке, сходятся не на горизонте, а внутри зрителя. Зритель оказывается в фокусе, под пристальным взглядом объектива. Взгляд со стороны отбрасывает человека на основания «нищеты его духа», показывая тщетность притязаний. Иногда этот бросок бывает очень жестким. Но эта жесткость зависит не только от тролля-кинника, но и от меры гордыни и притязаний того, кого он высмеивает. Троллинг в интернете – это всегда картинка с обратной перспективой, однако зритель сам решает, совпадать ли ему с той точкой зрения, которая на него наводится, фокусируется. Если совпадений много, то запускается троллинг – волна общественного резонанса, отражающего нравы (этос) публики, просматривающей изображения и видеоролики. Поскольку кинизм – это практическая философия сократической школы, реализующая себя в диалоге, то для киника важны приемы, при помощи которых он добивается своей цели. Риторические приемы: гротеск, сарказм и реализованные метафоры. Визуальные приемы: фотожабы, гротескно показывающие недостатки и интернет-мемы, отражающие видение ситуации с определенной авторской точки зрения. Коммуникативная позиция насмешника никогда не попадает под вопрос. Это смеющаяся маска, гримаса. Троллинг подрывает чувство собственной важности и уверенности в себе в плане социального позиционирования, лишает гордецов не только чувства избранности, но и достоинства, пресекает желание и дальше означивать и действовать своим образом.

---

1. Блаженный Николай Салос Псковский, Христа ради юродивый [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sedmitza.ru/lib/text/436964/>

2. Внебрачных, Р.А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах / Р.А. Внебрачных // Вестник Удмуртского университета. Философия. Социология. Психология. Педагогика. – Ижевск: Удмуртский государственный университет, 2012. – Вып. 1. – С. 48–51.

3. Диоген Синопский (Diogenes Sinopeus). «Ищу человека!» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.liveinternet.ru/users/4153045/post323591845/>

4. Закон Божий, "Юродивые Христа ради" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zakonbozhny.ru/>

5. Ксенофонтова, И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг / И.В. Ксенофонтова; отв. ред. Каргин А.С. Интернет и фольклор: сб.ст. – Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009. – С. 285–294.

6. Лихачев, Д.С. Смех в Древней Руси / Д.С. Лихачев, А.М. Панченко, Н.В. Поньрко. – Л., 1984. – С. 72–153.