

A photograph of a wide, paved pedestrian path in a park or city square during winter. The path is made of light-colored rectangular paving stones and is covered with a thin layer of snow. To the left of the path is a black metal fence with a decorative top rail and a stone pillar. Bare trees line both sides of the path, their branches reaching over the path. In the distance, a person is walking away from the camera. The sky is overcast and hazy.

# **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**УДК 316.77**  
**ББК 60.524.224**  
**А 437**

**Актуальные проблемы социальной коммуникации:** материалы первой международной научно-практической конференции. Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева. – Нижний Новгород, 2010. – 692 с.

В материалах конференции излагаются актуальные вопросы развития коммуникативной науки как междисциплинарной области знания. Обсуждаются общетеоретические, социально-философские, онтологические, антропологические, социокультурные, речевые, медийные, витруальные, экономические, правовые аспекты коммуникации. Отдельное внимание уделяется связям с общественностью коммуникативным технологиям.

### **РЕДАКЦИОННАЯ КОМИССИЯ**

В.П. Кириенко (председатель), Е.А. Зайцева, И.А. Савченко, В.Б. Лоскутов, В.П. Могутнов, В.В. Беляков, Н.Ю. Бабанов, А.А. Морозова, В.П. Козырьков, К.Г. Мальцев, С.А. Рамазанов, А.О. Велижанина, А.А. Зубков, Л.А. Шестакова, В.И. Казакова, В.А. Голубев, А.Я. Александрова, Е.Н. Баранова, Н.В. Смирнова, Е.Н. Лебедева, В.В. Хохлова, В.О. Волкова

*При оформлении обложки использована фотография из альбома Светланы Кротовой,  
[www.nizhnyfoto.ru](http://www.nizhnyfoto.ru).*

**ISBN 978-5-93272-758-4**

© Нижегородский  
государственный  
технический университет  
им. Р.Е. Алексеева, 2010

## **ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО**

Первая международная научно-практическая конференция организована с целью коллегиального обсуждения разноплановых вопросов современной социальной коммуникации.

Так, в программу конференции включены базисные разделы коммуникативной науки, такие как формирование актуального коммуникативного пространства и онтология коммуникации. Развитие же коммуникативных технологий исследовалось в разных аспектах: связь с общественностью, туризм и сервис, делопроизводство и архивоведение.

В ходе конференции обсуждалось функционирование сфер общественной деятельности, в которых коммуникативный компонент является магистральным: экономика, право, педагогика, трансляция исторических знаний и иноязычная коммуникация. Основной задачей в данном случае было проследить изменения, происходящие в этих сферах в период глобальных коммуникаций.

Отдельно рассматривались коммуникативные проблемы, вызывающие сегодня большее количество споров и дискуссий. К таким проблемам можно отнести виртуальные коммуникации и их влияние на общество, коммуникативные аспекты и последствия технического прогресса и биосферных изменений. Не требует обоснования актуальность вопросов антропологической аналитики и коммуникативного опыта, межкультурной коммуникации, культуры речи и развития языка в глобальную эпоху.

Мы не делили проблемы на главные и второстепенные, общие и частные, основные и прикладные. Коммуникативная наука как сравнительно новая область знания замечательна своей интегрированностью. Здесь отражается взаимовлияние не только научных дисциплин, но также литературы, искусства и жизненной практики.

***Оргкомитет***

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Секция 1. PR и современное коммуникативное пространство</b> .....	16
Зайцева Е.А., Савченко И.А. PR-специалист: организатор и профессионал.....	16
Прохорова М.В. Ценностные составляющие бренда.....	19
Архангельская И.Б. Модели коммуникации в связях с общественностью.....	21
Архипова Ю.В. Социальный PR: содержание, проблемы, перспективы.....	23
Богданов Д.В. Интернет как эффективное средство реализации PR.....	26
Будаева В.К. Психографическое сегментирование целевой аудитории как основа формирования эффективной коммуникативной стратегии организации.....	28
Горина Е.Е. Основы деловой коммуникации: теория и практика.....	29
Жилочкина И.С., Михайлова Т.Л. Некоммерческая организация «Ассоциация приемных родителей» как субъект формирования информационно-коммуникативного пространства.....	31
Иванов Д.С., Краснова Е.В, Логунова Е.А. Маркетинг услуг для людей с ограниченной мобильностью.....	33
Казакова В.И. Вне зоны доступа: «прыжок» в пространстве коммуникаций.....	34
Коробицын А.В. Особенности структуры рекламного текста.....	37
Корокошко Ю.В. Игровой маркетинг или новая форма интерактивных маркетинговых коммуникаций.....	38
Куликова А.В. Социальная реклама как форма публичных коммуникаций.....	41
Лаптина Е.А. Выбор метода оценки коммуникативной эффективности рекламы на примере фото-павильона «Коника Экспресс».....	43
Малышева М.А., Прохорова М.В. Интернет как средство PR-коммуникации.....	45
Масько И.Н. Связи с общественностью в системе маркетинга предприятия.....	46
Немировская Е.А. PR: манипулирование человеком.....	48
Новикова Т.В. Ребрендинг массмедиа как форма манипулятивного привлечения аудитории.....	50
Прохорова М.В., Казакова В.И. Стратегический образ социального субъекта: феноменологические мотивы в пространстве PR.....	52
Савченко И.А. Медиа в борьбе за маргинала.....	54
Саяпина Н.Н. Коммуникации вуза в условиях рыночных отношений.....	57
Саяпина Н.Н., Заикина А.В. Формирование имиджа предприятия в условиях конкуренции... ..	59
Скобелева Е.И. Роль СМИ в формировании имиджа города/региона.....	61
Трофимчук А.Г. Культура коммуникаций специалиста по связям с общественностью на основе общечеловеческих ценностей.....	63
Федосеева Н.Н. Блоги как новое средство коммуникации.....	65
Федулова Ю.С., Михайлова Т.Л. Эффективность PR-средств формирования общественного мнения в сфере ядерной энергетики: модели и алгоритм оценки.....	66
Цветкова Е.А. Посреднический ресурс PR.....	68
Шелеп И.А. К вопросу о манипулятивной природе public relations.....	70
Комышанова К.Э. Применение Интернет-PR на примере торговых сетей «Магнит» и «Полушка».....	72
<b>Секция 2. Туризм, сервис и коммуникации</b> .....	75
Голубев В.А., Усио Маеда. Маркетинг возможностей привлечения и обслуживания японских туристов в Нижнем Новгороде.....	75
Ефремова М.В. Проблемы и перспективы развития туризма на современном этапе.....	77
Кацухико Кияма Программные туры как популярный вид научных исследований в регионах Восточной Азии.....	78
Уильям Динти Миллер, Коваленко К.А., Коваленко А.К. Из истории	

государственно-частного партнёрства в развитии сферы социально – культурного сервиса в сахалинском регионе.....	80
<b>Горохов В.К.</b> Роль экологического туризма в решении природоохранных задач России.....	82
<b>Баранова Е.А.</b> Проблемы экстремального туризма в России.....	83
<b>Варакин М.В.</b> Характеристики и факторы формирования рынкаавтосервисных услуг в концентре Нижнего Новгорода.....	85
<b>Забаева М.Н., Гусева В.В.</b> Проблемы и перспективы сотрудничества России и Белоруссии в сфере туризма.....	86
<b>Калитвинцева М.В.</b> Особенности формирования системы социально-экономических показателей сферы туризма в регионе.....	89
<b>Мартынова Е.В., Сбитнева Г.И.</b> Периодические издания по туризму и путешествиям.....	90
<b>Коровина Е.В.</b> Выставочная деятельность как коммуникативный аспект в развитии туризма и сервиса.....	92
<b>Кулагина Т.Д.</b> Экскурсионный проект – «Никто не забыт и ничто не забыто».....	95
<b>Лосев А.В.</b> Развитие информационных технологий в сервисной деятельности в Нижнем Новгороде.....	96
<b>Федосеева Н.Н. Филимонова Е.В.</b> Международно-правовое регулирование туризма.....	98
<b>Винокурова И.А., Олонина А.М., Михайлова Т.Л.</b> Туристический маршрут по научно-техническим музеям Нижнего Новгорода: вариативность сценариев.....	100
<b>Пивиков Д.В.</b> Определение целевых рынков в индустрии туризма.....	102
<b>Покровская Т.Ю., Сарвартдинова Р.Г.</b> Коммуникации в подготовке менеджеров по туризму.....	103
<b>Михайлова М.Н.</b> Гостеприимство по-псковски или как принимать зарубежных гостей.....	105
<b>Пузанкова Э. В.</b> Туристская политика регионов на примере Оренбургской области.....	107
<b>Святкина С.Ю.</b> Эффективное влияние туризма и проблемы его становления в экономике сельских поселений.....	108
<b>Ткачева А. В.</b> Развитие экологического туризма в Республике Татарстан.....	110
<b>Щукина Т.Ю.</b> Взгляд путешественника. О Богородске.....	112
<b>Соколова О.Н.</b> Создание и оборудование экскурсионных трасс в регионах РФ. Проблемы и перспективы.....	114
<b>Крылова А.В.</b> Этика рекламы турфирмы и турпродукта.....	116
<b>Балакин Ю.П., Мордовченков Н.В., Поляков И.В., Щербалев Д.М.</b> Процесс создания института девелопмента в индустрии туризма.....	118
<b>Гурьянова А.В.</b> Моя первая зарубежная стажировка в Турции.....	120
<b>Добротвор М.Н.</b> Юношеские экскурсионно-туристические маршруты послевоенного времени.....	121
<b>Сюндюков Р.В.</b> Ретрационализация сервиса в современной России: плюсы и минусы текущего процесса.....	123
<b>Маляров Т.В.</b> Из опыта организации анимационной сервисной программы в Нижнем Новгороде.....	125
<b>Большова Е.Г.</b> Инновационные направления в развитии туризма в Нижегородской области на примере г. Городец.....	126
<b>Добротвор М.Н.</b> Первый советский круиз в Европу в свидетельстве очевидца.....	128
<b>Добротвор М.Н., Воынцева Д.Н.</b> Музей балахнинского кружева – уникальный объект туризма.....	130
<b>Худякова О.А.</b> Инфраструктура туризма в Нижнем Новгороде: возможности и реалии.....	131
<b>Иванова О.В., Солдаткин О.Б.</b> Молодёжный туризм как перспективный сегмент развития социального туризма в Нижнем Новгороде.....	132
<b>Махаева Т.Н.</b> Проект: « Нижний Новгород – царственно посаженный город: традиции отдыха и современность».....	134
<b>Канавская В.В.</b> Состояние и перспективы развития рынка сервисных услуг в области фитнеса в Нижнем Новгороде.....	136

<b>Максименко Д.А.</b> Перспективы развития туризма в «открытых городах» России (на примере г. Саров, Нижегородская область).....	138
<b>Захарычев А.В.</b> Факторная основа специфики сервисной деятельности в России.....	139
<b>Гыбина М.Н., Михайлова Т.Л.</b> Экологический туризм: модное веяние или осознанная необходимость.....	141
<b>Вострухова И.А., Емельянова Е.С., Каткова М.Б.</b> Модернизация Сормовского парка.....	143
<b>Ефремова М.В., Коротин Д.В.</b> Изучение привлекательности туристских услуг в Нижнем Новгороде.....	144
<b>Сузуки Кимико.</b> Россия глазами японской туристки.....	146
<b>Секция 3. Социокультурные проблемы коммуникации, биосферные изменения и технический прогресс.....</b>	<b>148</b>
<b>Савченко И.А.</b> Современность как незавершенный социокультурный проект.....	148
<b>Козырьков В.П.</b> Современные информационные луддиты.....	150
<b>Башкаева О.А.</b> Деньги как социокультурное явление.....	153
<b>Худякова О.А.</b> Технический артефакт как фактор социокультурной и стратификационной динамики.....	154
<b>Казакова В.И.</b> Социальная стратификация: театр, карнавал, игра.....	156
<b>Дырин С.П.</b> Феномен организационно-межличностных отношений.....	158
<b>Травина Л.А., Булюбаш Б.В.</b> Образ большого адронного коллайдера в СМИ.....	159
<b>Полубарьева О.С., Михайлова Т.Л.</b> Козволюция как императив, или о «творческом подходе» к творчеству.....	161
<b>Волков К.В.</b> Влияние природы на общество.....	163
<b>Гущина Е.А., Захарова И.С.</b> Человек между природой и прогрессом.....	164
<b>Лукьянова А.А., Грибинюк Н.В.</b> Унисекс как социокультурное явление.....	166
<b>Зинина А.В.</b> Ксенофобия как социально опасный феномен.....	167
<b>Вагузова М.А., Созонова А.И., Хебнева Е.А.</b> Молодежный национализм в России глазами зарубежных СМИ.....	169
<b>Иванова В.И.</b> Коммуникационно-онтологический смысл социокультурного пространства....	170
<b>Цветкова С.Е.</b> Сущность и структура межкультурной коммуникативной компетенции студентов – будущих экономистов.....	172
<b>Чебурков А.С.</b> Социокультурные проблемы патриотизма. Формирование патриотизма у современной молодежи.....	175
<b>Гронский И.А.</b> Эволюция коммуникативного пространства и технологической составляющей...	178
<b>Усягин А.В.</b> Фильм «Чучело» как месседж интеллигенции к власти и власти к интеллигенции...	180
<b>Маркова Т.В., Казакова В.И.</b> Карнавальное мировосприятие и общественные идеалы: история и современность.....	181
<b>Кригер Т. Н.</b> К вопросу о гендерных тенденциях российского общества в XXI веке.....	182
<b>Логинова Е.В., Лапшина Л.В., Круглова Е.И.</b> Апартеид: урок для человечества.....	183
<b>Новиков С.С.</b> Мода на «духовность».....	185
<b>Масленцева Н.Ю.</b> Мода как коммуникация: социологический подход.....	186
<b>Тезиков В.И.</b> Роль качественного овладения иностранным языком в аспекте преодоления межкультурных различий.....	188
<b>Анохина Е. В., Мясников А.С.</b> Социокультурная дезинтеграция российского общества.....	190
<b>Кислова А.В.</b> Особенности преподнесения националистических идей в сети Интернет..	192
<b>Власов В.И.</b> Социокультурные процессы информационного общества России.....	193
<b>Коршунова В.А., Смирнова В.М.</b> Интеграция современных наук. Взаимодействие экологии, биотехнологии и философии.....	195
<b>Смирнова Е.А., Храмцова О.В.</b> Проблемы адаптации иммигрантов в российском обществе.....	197
<b>Секция 4. Онтология коммуникаций.....</b>	<b>199</b>
<b>Мальцев К.Г.</b> Онтология коммуникаций как концептуальная основа современных	

социальных стратегий.....	199
<b>Фатенков А.Н.</b> К философии субъекта: случай М. Хайдеггера.....	201
<b>Фортулатова В.А.</b> Культурология между информологией и коммуникологией: парадоксы взаимоотношений.....	203
<b>Смирнова Н.В.</b> Веб-форум как разновидность Интернет-сообщества.....	205
<b>Казакова В.И.</b> Феноменология маргинальности.....	207
<b>Казакова В.И., Коптелов А.О.</b> Маргинальность и свобода: горизонты превращённого смысла.....	209
<b>Михайлова Т.Л.</b> Онтологическое измерение социальной коммуникации: конструктивистский дискурс.....	211
<b>Новиков. О.Е.</b> Запаздывающая модернизация как объект феноменологического анализа.....	213
<b>Попель А.А.</b> Онтология социального интеллекта.....	215
<b>Пронина О.А.</b> Воздействие телевидения на современное общество.....	217
<b>Абрамов Л.В.</b> Техника и «жизненная среда» человека.....	219
<b>Бородин Е.О.</b> Подавляет ли российское телевидение свободу слова?.....	220
<b>Носов В.Е.</b> Радио – невымиряющее средство коммуникации.....	222
<b>Засыпкин С.Н.</b> Онтология инвективного дискурса.....	223
<b>Секция 5. Реальные и виртуальные коммуникации: развитие и взаимодействие.....</b>	<b>226</b>
<b>Смирнова Н.В.</b> Интернет как ризома: онтологические характеристики киберпространства....	226
<b>Маслов В.М.</b> Три круга «виртуальной» коммуникации.....	228
<b>Архангельская А.С.</b> Новые технологии коммуникации на российском рынке B2B: проблемы и перспективы.....	230
<b>Владимиров А.А., Богданов Д.В.</b> Противоборство реальной и виртуальной коммуникации в информационном обществе.....	232
<b>Городилова Т.С.</b> Этические аспекты взаимодействия реальных и виртуальных коммуникаций: анализ программных документов ЮНЕСКО.....	234
<b>Казакова В.И.</b> Пустота: категориальное созерцание и предметное поле.....	236
<b>Коптелов А.О., Казакова В.И.</b> Экзистенциальные измерения пустоты: Lebenswelt, Lebensform, Lebensraum.....	238
<b>Кузнецова Н.С.</b> Виртуальные коммуникации в эпоху технологизации.....	240
<b>Кузьминов В.Г.</b> О некоторых объяснительных моделях социальных коммуникаций современности.....	241
<b>Саркисян Ю.В.</b> Информационная компетентность государственных служащих как основа эффективности исполнительных органов государственной власти.....	243
<b>Смирнов Э.А.</b> Технология «живых решений» в системе виртуальных коммуникаций...	245
<b>Чернявский А.Д.</b> Информационная модель Интернет-коммуникаций.....	247
<b>Шегулова Е.Д.</b> Парадоксы и перспективы информационно-коммуникативного общества.....	249
<b>Яковлева Н.Н.</b> Динамика коммуникативных технологий и проблема информационной компетентности российских пользователей.....	251
<b>Абатуров И.Н.</b> Печатные каналы передачи гуманитарной научной информации: проблема цивилизованности.....	253
<b>Авербух Е.Л., Кузнецов К.И., Куркин А.А.</b> Виртуальные ресурсы исследования геофизических процессов.....	255
<b>Богданов Д.В.</b> Эволюция развития средств социальной коммуникации: от реальной к виртуальной.....	257
<b>Боков А.В.</b> Жизнь 2.0.....	258
<b>Илюхина Г.И.</b> Бизнес-коммуникации в Интернете.....	260
<b>Кислова А.В.</b> Феномен появления зависимости от социальных сетей.....	261
<b>Лакеев А.С.</b> Специфика «жизни» на Интернет-форуме NN.RU.....	262

<b>Леснов И.В., Михайлова Т.Л.</b> Проблема наблюдателя при изучении сети Интернет: синергетический подход.....	263
<b>Малютин А.В.</b> Проблемы безопасности и надежности в процессе коммуникации человека и ядерной энергетической установки (на примере водоочистки первого контура атомного реактора АЭС).....	265
<b>Павнык С.Н.</b> Влияние современных виртуальных коммуникаций на спортивный туризм в России.....	267
<b>Пепеляева С.В.</b> Виртуальная коммуникация в эпоху информационного общества.....	269
<b>Романов Р.И.</b> Реальное и виртуальное в среде on-line компьютерных игр.....	270
<b>Романова В.А.</b> Хикикомори – болезнь века или образ жизни человека будущего?.....	272
<b>Рябов Д.С., Башкаев Д.В.</b> Виртуальная жизнь как дополнение реальности.....	273
<b>Смирнова Е.А.</b> Вирусный Интернет-маркетинг – угроза традиционной рекламе.....	275
<b>Суслопаров П.А.</b> Проблема становления виртуальной личности пользователя Интернет.....	277
<b>Тарасенко В.П.</b> «Магия» виртуальной реальности, или путешествие по «сети одиночества».....	279
<b>Федулова Ю.С.</b> Виртуальные формы коммуникации предприятий ядерно-промышленного комплекса: преимущества и ограничения.....	281
<b>Храмцова О.В.</b> Фриланс – источник дохода в постиндустриальном обществе.....	282
<b>Секция 6. Экономика и право в эпоху глобальных коммуникаций.....</b>	<b>284</b>
<b>Рамазанов С.А.</b> Содержание денежно-кредитной политики в условиях глобального кризиса.....	284
<b>Рамазанов С.А., Воронин А.И.</b> Анализ режима валютного курса в условиях финансового кризиса.....	287
<b>Агеева Н.А., Антипин Д.А.</b> Инвестиции в Иркутской области: дефицит инноваций и негативный социальный эффект.....	291
<b>Агеева Н.А., Антипина О.В.</b> Социальные основы инновационных инвестиций на уровне местного самоуправления.....	293
<b>Арташина И.А.</b> Коммуникационные процессы в развитии инвестиционной деятельности.....	295
<b>Ахматгатин А.А.</b> Мотивационно-ценностные ориентации юриста и физическая культура.....	296
<b>Башкаева О.А., Власов Е.Е.</b> Ставка рефинансирования Центрального Банка как показатель состояния экономики страны.....	297
<b>Дубровина Е.В., Башкаева О.А.</b> Проблемы финансирования здравоохранения России на современном этапе.....	299
<b>Жигалова Н.Е.</b> Формирование публичной отчетности для реализации стратегии развития муниципальных образований.....	301
<b>Жирова О.В., Липенков М.В., Башкаев Д.В.</b> Правовые инструменты стимулирования инновационной деятельности.....	303
<b>Кулагина К.Е.</b> Роль коммуникативных сетей в формировании и развитии взаимоотношений власти, малого и среднего бизнеса в строительном комплексе региона и общества.....	305
<b>Кулагина К.Е.</b> Особенности создания и развития предпринимательских сетей в строительстве в эпоху глобализации коммуникации.....	307
<b>Мазин А.Л.</b> Влияние российского кризиса на взаимоотношения работодателей и работников... ..	310
<b>Мазина А.А.</b> Инновационный труд как фактор преодоления кризиса.....	312
<b>Мазина М.И., Мазина А.А.</b> Российский рынок труда в условиях глобального экономического кризиса.....	314
<b>Макарычева И.В.</b> Изменения в структуре потребительского выбора в современной России под влиянием глобализации.....	316
<b>Максимов С.И.</b> Коммуникативно-дикурсивный подход к праву.....	319
<b>Муравьева Е.В.</b> Причины популярности акционерных обществ и обществ с ограниченной ответственностью.....	321



<b>Носова Е.В., Башкаев Д.В.</b> Проблемы лесопромышленного комплекса и пути их решения...	322
<b>Одинокое В.А., Савоськин А.Ф.</b> Актуальные вопросы функционирования нефтяной отрасли в условиях глобализации экономики.....	324
<b>Петров А.А.</b> Технический прогресс и право.....	328
<b>Самарова Н.В., Солонкин В.Л.</b> Коммуникации как инструмент развития организаций..	330
<b>Смирнова Н.Н., Кутуева Л.Р.</b> Истощение природных ресурсов: проблемы решения...	332
<b>Трухинова О.Л.</b> Обеспечение качественных характеристик финансовой отчетности в условиях глобализации.....	333
<b>Усков А.В., Степанова М.П.</b> Особенности асимметрии информации на различных рынках в эпоху глобальных коммуникаций.....	335
<b>Фетисов В.Д., Дьякова В.Г., Фетисова Т.В.</b> Экономика и неформальное финансовое право в эпоху глобальных коммуникаций.....	337
<b>Шестакова Е.Ф., Новожилова Е.В.</b> Экономика быстрых перемен.....	339
<b>Штыкова Н.Н., Коршунова Л.А.</b> Пути решения проблемы института государственной регистрации юридических лиц в России с учетом опыта Германии.....	341
<b>Чихарева И.А., Николаев А.В.</b> Влияние кризиса на развитие малого бизнеса и государственная поддержка малого бизнеса в условиях рыночной нестабильности.....	343
<b>Яковлева Г.Н., Шапкина Ю.В.</b> Аспекты глобализации в экономической сфере в современных условиях.....	345
<b>Яковлева Г. Н.</b> Роль финансового планирования в современных условиях.....	347
 <b>Секция 7. Коммуникативные технологии в делопроизводстве и архивоведении: традиции и перспективы.....</b>	 350
<b>Акимова Т.И.</b> К вопросу о терминологической основе документоведения.....	350
<b>Александрова А.Я., Смурова Э.В.</b> Организация контроля исполнения документов и поручений.....	352
<b>Александрова А.Я.</b> Традиции в развитии делопроизводства России.....	354
<b>Андрианова Ю.Н.</b> Деловое письмо – средство коммуникации в сфере современного бизнеса.....	356
<b>Белова Т.В.</b> Совершенствование локальной базы делопроизводства в НГТУ.....	357
<b>Воротилова О.А., Капочкина Н.А.</b> Аудит кадрового делопроизводства МУП «Водоканал» г. Павлово Нижегородской области.....	359
<b>Добровор М.Н., Серебрякова Е.С.</b> Интервью – воспоминания как документ личного архива.....	361
<b>Зеленов М.В.</b> Источниковедческие проблемы делопроизводства ЦК ВКП (б) в 1946-1952 гг. и некоторые варианты их решения (привлечение финансовой отчетности).....	363
<b>Капочкина Н.А., Малышева Е.В.</b> Роль секретаря филиала «Нижегородский Теплоэлектропроект» в документационном обеспечении управления.....	366
<b>Макеев И.В., Зыкова Е.С.</b> Организация интерактивного взаимодействия между государством и населением.....	368
<b>Макеев И.В.</b> Опыт Нижегородской области в организации взаимодействия государства и населения при оказании государственных услуг.....	369
<b>Никитин А.В.</b> Русское государство и русское общество – проблемы коммуникации....	371
<b>Хитева Г.Н., Попков С.Р.</b> Документы по истории революционного терроризма на основе ф. 245 Горьковского отделения всесоюзного общества политкаторжан и ссыльнопоселенцев ГУ ГОПАНО.....	373
<b>Попков С.Р.</b> Документы об экспроприациях и вымогательствах, производимых партией социалистов-революционеров в среде православных священнослужителей в Нижегородской губернии (на основе ф. 1865 ГУ ЦАНО).....	374
<b>Попова В.В.</b> Фонды Центрального архива Нижегородской области о положении городских сословий в пореформенной России.....	376

<b>Тихонова Э.А.</b> Государственный архивный фонд России - национальное достояние....	379
<b>Хитева Г.Н.</b> Организация деятельности службы управления делами в Нижегородском филиале ОАО «ВолгаТелеком» .....	381
<b>Черненко Д.А., Чеченков П.В.</b> Делопроизводственные документы о вотчинниках нижегородского служилого «города» в начале XVII в.....	383
<b>Чупрова М.И.</b> Печорский Север глазами чиновника (по материалам Российского Географического Общества).....	384

## **Секция 8. Проблемы коммуникации при формировании и трансляции знаний в контексте истории и краеведения..... 387**

<b>Александрова А.Я.</b> Возникновение инженерного дела в России.....	387
<b>Чеченков П.В.</b> Устная коммуникация в судебных процессах периода становления единого Российского государства.....	389
<b>Осипян А.Л.</b> <i>Imitatio antiquorum</i> , или аллюзии как способ коммуникации автора с читателем: «Топография города Львова» Иоанна Алембека 1603–1605 гг.....	391
<b>Старикова Н.В.</b> Периодическая печать как средство трансляции и популяризации исторических знаний в российском обществе XVIII в.....	393
<b>Тихонова Э.А.</b> Отечественная историография о развитии мелкой промышленности в России конца XIX – начала XX в.....	395
<b>Ремизов Н.М.</b> Мифы российской революции.....	397
<b>Попков С.Р.</b> Террористическая деятельность партии социалистов – революционеров в Нижегородской губернии в начале XX в.....	400
<b>Рыжаков Д.Г.</b> К вопросу об источниках по истории политического сыска и революционного движения на территории Нижегородской губернии в начале XX в. (по материалам ГАРФ).....	402
<b>Зеленов М.В.</b> Аппарат цензуры – аппарат коммуникации при формировании и трансляции знаний в контексте краеведения.....	402
<b>Кудрявцев М.С., Савчук В.П.</b> Проблемы коммуникации в армии – обзор исторического опыта.....	404
<b>Крылова А.В., Усягин А.В.</b> Особенности внешних коммуникаций Нижегородского губернского партийного комитета ВКП(б) во второй половине 1920-х гг.....	406
<b>Кудрявцев М.С.</b> Объективность и аргументация доводов, как важный фактор коммуникации поколений.....	409
<b>Чайковский А.Е.</b> Средства массовой коммуникации и их роль в трансляции исторических знаний в годы Великой отечественной войны (на материалах журнала «Смена»).....	411
<b>Дегтев Д.М.</b> Советские СМИ и изменение общественного сознания в июне–августе 1941 г.....	412
<b>Добротвор М.Н.</b> Размещение эвакуированных в Горьковской области в военном 1941 году.....	414
<b>Чупрова М.И.</b> Лесоучасток: кому война, а кому мать родна (по материалам Усть-Цилемского районного архива республики Коми).....	416
<b>Кубасов Н.А.</b> Музей как инструмент в исследовании советского города 1960–1970 гг....	419
<b>Зубков А.А., Максимова Д.Г.</b> Стратегия развития ОАО «ГАЗ» в условиях становления рыночной экономики.....	420
<b>Максимова Д.Г.</b> Деятельность Горьковского автомобильного завода в 90-е гг. XX в...	422

## **Секция 9. Организация учебно-воспитательного процесса со студентами коммуникативных специальностей: проблемы и специфика..... 424**

<b>Шестакова Л.А.</b> Воспитательные процессы в образовательных социально-технических системах.....	424
<b>Чайковская Н.А., Родин А.А.</b> Исследование особенностей массового поведения в	

экстремальных условиях в курсе «Психология массовых коммуникаций».....	426
<b>Гулина Л.О.</b> Выбор учебной специальности абитуриентами, в зависимости от их принадлежности к различным субкультурам.....	428
<b>Мухина Т.Г.</b> Повышение эффективности подготовки преподавателей высшей школы в условиях контекстного обучения.....	431
<b>Зубов Д.В.</b> Особенности характеристик субъектности педагога дополнительного образования.....	433
<b>Шуваева Н.Ю.</b> Создание предпосылок гуманизации учебно-воспитательного процесса при обучении студентов коммуникативных специальностей.....	436
<b>Щербакова Е.Е., Стукаленко Е.Н.</b> Акцент на педагогику и психологию креативного образования в процессе изучения курса «архитектурная педагогика».....	438
<b>Молостова Н.Ю.</b> Формирование коммуникативных компетенций в процессе профессиональной подготовки студентов-магистров.....	440
<b>Глебова Н.В., Корнилова Н.С.</b> Проблемы функционирования балльно-рейтинговой системы в организации подготовки студентов управленческих специальностей.....	442
<b>Муравьева Ю.Н., Щербакова Е.Е.</b> Педагогические особенности нетрадиционных техник рисования.....	445
<b>Струнина Е.Н.</b> Влияние личностно-ориентированного подхода на уровень профессиональной подготовки студентов коммуникативных специальностей.....	448
<b>Смирнова Е.В.</b> Становление компетентностного подхода в современной высшей школе.....	450
<b>Сысорова О.Ю.</b> Использование инновационных технологий в курсе «психология личности и межличностные отношения».....	452
<b>Бардинская Т.Р.</b> Подготовка специалистов в области сервиса и туризма к профессиональной коммуникации.....	454
<b>Макарова О. Н.</b> Развитие коммуникативных качеств будущих учителей средствами дистанционных олимпиад.....	456
<b>Гнездилова О.А., Мордовченков Н.В.</b> Методика оптимизации процесса дистанционного обучения: инфраструктурный аспект.....	457
<b>Калюжный А.С.</b> Методологические основы исследования проблемы личностно-ориентированного воспитания студентов коммуникативных специальностей.....	459
<b>Романенко Е.В., Михайлова Т.Л.</b> Воспитательный потенциал этической присяги в формировании личности рг-специалиста.....	461
<b>Калюжный А.С., Володина Е.В.</b> Научно-теоретическая база исследования проблемы личностно-ориентированного воспитания студентов факультетов коммуникативных технологий.....	463
<b>Тихонова Э.А., Тихонов Ю.Р.</b> Использование коммуникативных технологий в организации самостоятельной работы студентов.....	465
<b>Тихонова Э.А.</b> Инновации в образовании: задачи, стратегии, опыт, рекомендации.....	467
<b>Савчук Г.А., Снедкова Е.В.</b> Возможности использования сетевых коммуникаций в подготовке студентов коммуникативных специальностей.....	470
<b>Корюкаева К.С.</b> Презентация как средство формирования профессиональной компетенции... ..	472
<b>Полукеева Е.В.</b> Структура профессионально-иноязычной деятельности будущих педагогов профессионального обучения.....	474
<b>Сорокоумова С.Н.</b> Психологические условия инклюзивного обучения в вузе.....	476
<b>Герасимова Е.А., Лебедева Е.Н.</b> Диагностика социально-нравственных ориентаций студентов как показателя их личностного развития.....	479
<b>Шуваева Н.Ю.</b> Актуальные проблемы гуманизации образовательного процесса. ....	481
<b>Овчарова Т.Н.</b> Педагогическое общение: возможности и ограничения в условиях информационно-коммуникационных технологий.....	482
<b>Поташева Е.В.</b> Некоторые аспекты понимания мышления как средства повышения психологической компетенции.....	484
<b>Савченко И.А., Ласточкин Д.В.</b> Индивидуальный стиль деятельности студента как фактор усвоения учебного материала.....	486

<b>Шкунова В.К.</b> Педагогическое взаимодействие как способ качественной организации учебно-воспитательного процесса в вузе.....	487
<b>Щербакова Е.Е., Стукаленко Е.Н.</b> Креативный подход в подготовке архитекторов...	489
<b>Володина И.А., Кулагина Н.Е., Кулагин Е.П.</b> Учебно-воспитательный процесс и функции танцевального спорта.....	489
<b>Володина И.А., Кулагина Н.Е., Кулагин Е.П.</b> Особенности организации учебно-воспитательного процесса в танцевальном спорте.....	491
<b>Протасова Л.А.</b> Проблема развития психологической совместимости в вузе.....	493
<b>Пугина О.В., Ножева И.И.</b> Профессиональное самоопределение учащихся в условиях профильного класса.....	496
<b>Столбов П.В.</b> Формирование компетентности студентов в условиях профессиональной подготовки.....	498
<b>Кочнова К.А.</b> Критериально-ориентированный подход к контролю знаний студента....	500
<b>Морев А.С., Бушуев С.П.</b> Социально-культурные аспекты подготовки молодого специалиста.....	502
<b>Секция 10. Проблемы иноязычной коммуникации в профессиональной и деловой сферах.....</b>	<b>504</b>
<b>Баранова Е.Н., Томазер Ф.</b> Новые подходы к итоговому контролю (школа – вуз).....	504
<b>Леушина И.В.</b> Подготовка студентов технического вуза к работе в современной информационной среде.....	505
<b>Лаврова А.Н.</b> От синкретичности до конкретики специализированного значения.....	507
<b>Колганова О.Г.</b> Развитие коммуникативной компетенции у студентов на занятиях по иностранному языку.....	510
<b>Шетулова Т.Г.</b> О межкатегориальных отношениях терминов в «автоязыке».....	511
<b>Горбунова Н.В., Сорокина О.Н.</b> Особенности формирования коммуникативной компетенции в сфере профессионального общения в группах студентов экономических специальностей в неязыковом вузе. Из опыта работы по аутентичному учебнику Market Leader Pre-Intermediate.....	512
<b>Слободянюк С.М.</b> Обучение деловому и профессиональному общению: из практики переводчика и преподавателя.....	514
<b>Слободянюк С.М., Слободянюк И.С.</b> Снятие трудностей при ускоренной языковой подготовке студентов неязыковых вузов для работы в США по программе “Work & Travel”.....	515
<b>Туркова Л. Н.</b> Об опыте обучения иностранному языку на начальных этапах пролонгированного курса с последующей специализацией в области экономики.....	516
<b>Цветкова Л. И.</b> Некоторые особенности перевода научно-технических текстов с учетом актуального членения предложения.....	517
<b>Поскрёбышева Т. А.</b> К вопросу о подготовке магистрантов к иноязычной коммуникации в профессиональной сфере.....	519
<b>Панкратова Е.Н.</b> Обучение иностранному языку в контексте специальности «информационные технологии».....	521
<b>Салтыкова А.А.</b> К вопросу о формировании профессионально-значимых языковых компетенций студентов IT специальностей .....	523
<b>Зорина О. С., Спиридонова Л. И.</b> Подготовка студентов неязыковых вузов к иноязычному профессиональному общению.....	524
<b>Зорина О. С., Соколова Н. В.</b> К вопросу о профессионально-методической компетенции преподавателя иностранного языка в процессе профессионально ориентированного обучения.....	527
<b>Захарченко Т.В., Исмакова Л.С.</b> Формирование готовности к деловому иноязычному общению студентов неязыковых факультетов.....	529

<b>Рождественская А.Б.</b> Организация учебно-воспитательного процесса со студентами коммуникативных специальностей: проблемы и специфика.....	530
<b>Каракозова Е. Н.</b> Совершенствование коммуникативных навыков на уроках иностранного языка.....	532
<b>Соколова Н. В., Чиркунов К. М.</b> Методы и формы профессионально ориентированного обучения.....	534
<b>Лукьянова К. А.</b> Языковое выражение категорий количества, качества и меры (на примере изучения сопоставительных предложений в курсе РКИ).....	536
<b>Тезиков В.И.</b> Что такое «владение языком»?.....	538
<b>Дупленко Е.П.</b> Компетентностный подход к определению содержания обучения иноязычной коммуникации в профессиональной сфере.....	541
<b>Мостовая В.В.</b> Использование аутентичных материалов при подготовке специалистов, владеющих иностранным языком в профессиональной и деловой сферах.....	543
<b>Ерофеева А.В.</b> Особенности диалогического взаимодействия в коммуникативном процессе.....	544
<b>Крикунова Н.Г.</b> О мотивах и мотивации к изучению английского языка у студентов МИЭПМ ННГАСУ специальностей “Менеджмент организации” и “Прикладная информатика в экономике”.....	546
<b>Савичев С.С.</b> Условия формирования коммуникативной компетентности студентов в ВУЗе на занятиях по иностранному языку.....	549
<b>Гненик М.Е.</b> Социокультурная динамика развития высшего профессионального и технического образования в России: исторический контекст.....	551
<b>Швецов А.А.</b> Роль синтаксических связей в формализованном представлении содержания многословного термина.....	552
<b>Алешугина Е.А., Угодчикова Н.Ф., Лошкарева Д.А.</b> Тезаурусный подход как средство повышения иноязычной компетентности специалистов в области профессиональной коммуникации.....	555
<b>Гончарова Л. А.</b> Креативный подход к преподаванию иностранного языка.....	557
<b>Даричева М. В.</b> Об эффективности метода дискуссии в процессе обучения профессионально-иноязычной коммуникации специалистов в области дизайна.....	558
<b>Лесохина Т.Б., Зыртылоглу Е. В.</b> О видовых изменениях межпредметных связей «Иностранного языка» на современном этапе.....	560
<b>Лесохина Т.Б., Колесникова Ю.К.</b> О состоянии преемственности обучения французскому языку в школе и нефилологическом вузе.....	563
<b>Саркисян Т. А.</b> Личностно-ориентированный подход, как важный фактор развития иноязычной речевой компетенции у студентов неязыковых вузов.....	565
<b>Хусянинова Ю.Н.</b> Повышение конкурентноспособности будущих специалистов на примере формирования иноязычной компетентности.....	567
<b>Шилкина И.Г.</b> Иноязычная коммуникация на перекрестке культур.....	569
<b>Шишкина И. С.</b> Роль художественного фильма в обучении иностранному языку.....	571
<b>Долгова Т.В.</b> Особенности интернациональных терминов дизайна одежды в рамках глобализации общения.....	573
<b>Терёхин А. В.</b> Узус как характеристика American English .....	575
<b>Алексеева Н.А.</b> Организация учебно-воспитательного процесса на занятиях по иностранному языку.....	576
<b>Поляков В.М.</b> Болонский процесс: продолжение следует.....	578
<b>Лебедев В.Б.</b> Разговорная речь – лингвистический феномен?.....	580
<b>Лебедева М.В.</b> Ролевые игры в преподавании немецкого языка в раннем возрасте.....	582
<b>Костюкова И. А.</b> Проблемы иноязычной коммуникации в профессиональной и деловой сфере.....	584
<b>Жадейко М.Н.</b> Антропологический аспект специализации английских соматизмов.....	586
<b>Шередекина О.А.</b> Сужение как механизм панхронического развития синонимического	

ряда flask.....	589
<b>Скудалова Ю.И.</b> Медицинский английский или как медику выучить иностранный язык.....	591
<b>Глумов В.И., Швецов А.А.</b> Многоаспектное описание английского и русского компаунда.....	592
<b>Темлякова А. С.</b> Проблемы перевода рекламных текстов.....	595
<b>Секция 11. Речеведческие дисциплины как средство развития коммуникативной культуры личности.....</b>	597
<b>Велижанина А.О.</b> Основы структурирования курса «Стилистика и литературное редактирование».....	597
<b>Велижанина А.О., Филатова В.В.</b> Об аксиологическом подходе к преподаванию дисциплины «Русский язык и культура речи».....	599
<b>Ипатова И.С.</b> Образовательный эффект системы речеведческих дисциплин в непрофильном вузе.....	602
<b>Ипатова И.С., Сметанина Н.П.</b> Риторическое образование: вчера, сегодня, завтра.....	604
<b>Кадочкина С.Е.</b> Работа с лингвистическим словарем как средством развития исследовательской деятельности.....	606
<b>Кириллова Н.Н.</b> Формирование языковой рефлексии в рамках занятий по курсу «Речевая коммуникация».....	608
<b>Кириллова Н.Н., Савенкова Е.С.</b> Организация внеаудиторной работы со студентами в рамках преподавания речеведческих дисциплин.....	610
<b>Комарова Н.И.</b> Развитие речевой культуры студентов в процессе изучения дисциплины «Русский язык и культура речи».....	612
<b>Савенкова Е.С.</b> О некоторых формах работы на семинарах по истории мировой литературы.....	614
<b>Трофимова Л.И.</b> М.Хайдеггер о языке как знаковом выражении рефлексированного бытия....	616
<b>Филатова В.В.</b> Курс «Основы информационной культуры» как средство формирования коммуникативной компетенции студента.....	618
<b>Шарина Л.Г.</b> Проблема систематизации и интерпретации речевых жанров.....	620
<b>Калинина Е.Н.</b> Состояние языка и культуры речи как индикаторы состояния общей культуры российского общества.....	623
<b>Секция 12. Круглый стол. Антропологическая аналитика и коммуникативный опыт.....</b>	625
<b>Волкова В.О.</b> Антропологическая аналитика и познавательно- коммуникативный опыт.....	625
<b>Михайлова Т.Л.</b> Эго-документ как вид практики речевого дискурса изучения женской субъективности.....	627
<b>Балдыгина И.В., Кузнецова О.Г.</b> Проект как «потрясение», или герменевтическая аналитика познавательно-коммуникативного опыта социального конструирования.....	629
<b>Белая И.А.</b> О некоторых аспектах традиционного антропологического дискурса в современной отечественной философии.....	631
<b>Беляева М.И.</b> Символ как аналитическая конструкция выражения культурных смыслов бытия человека.....	632
<b>Власова О.С.</b> Метод семантического дифференциала как метод исследования пекуниарных ценностей молодежи.....	634
<b>Волков И.Е.</b> Когнитивная структура «Свое-Чужое» как инструментальная технология коммуникативного действия.....	638
<b>Гурьев М.А., Зайцева М. И., Холмогорова Ю. В.</b> Зачем инженеру гуманитарные науки?.....	639
<b>Звездова М.Ю.</b> Аватар как барометр трансформации индивидуального «Я» в сети Интернет...	641
<b>Зимин А. Ф.</b> Идентичность человека и всемирная сеть: опыт применения методологии	

К.Г. Юнга.....	643
<b>Новиков О.Е., Казакова В.И.</b> Модернизация и мегалотимия: постиндустриальные перспективы.....	645
<b>Кучеренко Е.Д.</b> Классификация типов молчания в диалогической речи.....	647
<b>Малахова Н. В.</b> Антропологическая аналитика телесности в пространстве социальной коммуникации.....	649
<b>Евтушенко С.В., Мальцев К.Г.</b> Духовные практики иного: о некоторых аспектах феномена терроризма в современном обществе.....	651
<b>Маркова Т.В.</b> К вопросу о социальном идеале постэкономического общества.....	653
<b>Михайлова Ю.А.</b> Вежливость сквозь призму комплиментарного поведения: к вопросу о прагматической компетенции в межкультурной коммуникации.....	655
<b>Пелевина Т.А., Михайлова Т.Л.</b> Фотография как метод визуальной социологии проникновения в человеческую субъективность.....	657
<b>Петрова О.С.</b> Самопознание «Я» как точка преодоления бинарности «инновационное – традиционное» в научной студенческой конференции.....	659
<b>Поляков В. М.</b> Ученые степени и звания в Болонском процессе.....	660
<b>Ружникова К.А.</b> Эссе как инструмент самоопределения «Я»; или о танце как «шифре души».....	662
<b>Сидорова И. М.</b> Профессионалы и непрофессионалы в научной дискуссии.....	664
<b>Тарасова К.А.</b> Коммуникативное безмолвие как элемент художественной системы Чака Паланика.....	666
<b>Шатохина В.А., Волкова В.О.</b> Ментальность как онтологическая система пожилого человека в контексте концепции антропологической аналитики.....	667
<b>Шатохина В.А.</b> Контекст как смыслообразующий фактор невербальной коммуникации.....	669
<b>Глухова Т.И.</b> Влияние городской среды на восприятие краеведческих знаний.....	670
<b>Сидоров В.М.</b> Личный архив участника влны как область антропологической аналитики.....	673
<b>Цветкова Е.А.</b> Системный подход и информационное управление конфликтами.....	674
<b>Шелеп И.А.</b> «Человеческий фактор» в российских антикризисных коммуникациях.....	675
<b>Лесохина Т.Б., Куликова О.В.</b> О некоторых содержательно-организационных аспектах развития личности специалиста–нефилолога средствами преемственного языкового образования.....	678
<b>Сведения об авторах</b> .....	681

## Секция 1

---

# PR и СОВРЕМЕННОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО

---

**Председатель:** Е.А. Зайцева, кандидат экономических наук, доцент, декан ФКТ, зав. кафедрой «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации»

**Заместитель председателя:** М.В. Прохорова, кандидат социологических наук, доцент кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации»

**Ответственный секретарь:** В. Малышева, студентка ФКТ

*Е.А. Зайцева, И.А. Савченко*

### PR-СПЕЦИАЛИСТ: ОРГАНИЗАТОР И ПРОФЕССИОНАЛ

Профессиональная деятельность специалиста в области коммуникаций предполагает наряду с решением других задач выполнение достаточно сложных организационных функций. Эти функции не ограничиваются управленческой работой и распределяются по трем блокам: самоорганизация, организация действий участников коммуникативного взаимодействия, организация всего процесса коммуникации. Для их успешного выполнения необходимы организаторские способности.

Обзор научной литературы по психологическим проблемам организаторской деятельности показывает, что системный анализ и структурирование свойств личности способного организатора только на основе имеющихся теоретических исследований не представляется возможным. Мы пришли к выводу, что определение структуры организаторских способностей пиариста возможно лишь в результате специального научного исследования, основанного на практическом изучении особенностей организаторской работы в системе связей с общественностью.

Гипотетическая структура личности способного организатора в системе связей с общественностью выглядела следующим образом:

#### *1. Базовые организаторские свойства.*

1. *Волевая организация личности* — совокупность личностных свойств, отражающих уровень развития следующих качеств личности: ценностно-смысловой организации личности, уровня организации деятельности, решительности, настойчивости, самообладания, самостоятельности.

2. *Типологические свойства нервной системы* — группа качеств, объединяющая нервно-психическую устойчивость и оптимальный уровень развития нервных процессов (их подвижности и силы со стороны возбуждения и торможения).

3. *Оптимальный уровень интеллектуального развития личности.* Под уровнем интеллектуального развития личности мы подразумеваем степень развития основных когнитивных характеристик человека, значимость которых в PR-деятельности обсуждалась в ходе опроса: эрудиции, гибкого и творческого мышления, памяти, воображения и др.

#### *II. Специфические организаторские свойства*

В данной группе объединены свойства, характеризующие четыре комплексных качества. Так, свойства личности, которые отражают ее способность к воздействию на людей и побуждению их к деятельности, были представлены под общим названием «психологическая



воздейственность» (впервые этот термин был использован Л.И. Уманским [4, 126]). Качества, наличие которых у индивида свидетельствует о его способности устанавливать и поддерживать эмоциональные контакты с любыми участниками общения, были также интегрированы в одно комплексное свойство личности – «коммуникативную компетентность». Личностные свойства, определяющие способность работника определять психические особенности, мотивы и психические состояния людей, получили общее название «психологическая проницательность». Свойства личности, характеризующие ее готовность и желание в нужный момент взять на себя роль лидера (организатора) были объединены в комплексное качество – «склонность к организаторской деятельности».

В соответствии с таким подходом мы разработали анкету, состоящую из вопросов, ответы на которые давали нам возможность выяснить, насколько высоко опрошиваемые оценивают важность в своей профессионально-организаторской деятельности всех свойств личности, предположительно входящих в структуру организаторских способностей. Каждое свойство в блоках оценивалось тремя отметками: 2 - названное качество является совершенно необходимым для работы в данной профессии, 1 - желательным, 0 - не имеет значения в профессиональной деятельности. Подобный метод оценивания личностных свойств был заимствован из опросного листа О. Липмана [3]. По такой же шкале оценивалось, нужно ли это качество всегда, иногда или никогда, а также возможность его развития и совершенствования с возрастом, в процессе профессионального образования или в ходе профессиональной деятельности.

Анкетный опрос проводился среди специалистов по связям с общественностью коммерческих предприятий и государственных учреждений г. Нижнего Новгорода (100 женщин и 104 мужчин в возрасте от 23 до 44 лет).

На основе данных опроса мы стремились определить структуру организаторских способностей специалиста по связям с общественностью. В наши задачи входило выявить профессиональную специфику организаторских способностей пиариста.

**Результаты опроса и их обсуждение.** Анализ результатов опроса показал, что все качества, включенные в опросник, являются важными профессионально значимыми характеристиками специалистов по связям с общественностью (см. табл. 1). Из таблицы видно, что респондентами были достаточно высоко оценены базовые организаторские качества. Так, высокий уровень волевой организации личности оценивается как абсолютно необходимый 90% женщин и 94,9% мужчин. Типологические особенности нервной системы были также очень высоко оценены обеими категориями респондентов. Оптимальный уровень их развития считают совершенно необходимым в PR-деятельности 89,7% мужчин и 93,7% женщин. Оптимальный уровень развития когнитивных свойств большинство мужчин и женщин также считает абсолютно необходимым (соответственно 83,3% и 87,4%).

Очень высокую оценку получили специфические свойства личности работника – психологическая воздейственность: мужчины – 92,3%; женщины – 85%, коммуникативная компетентность (соответственно 88,5% и 90%), психологическая проницательность (92,3% и 90%), склонность к организаторской деятельности (93,6% и 68,8%).

Анализ результатов оценки специфических свойств личности обеими группами респондентов показывает, что женщины в целом намного ниже, чем мужчины, оценивают личностные качества, связанные с осуществлением организационно-управленческих полномочий. Подобный факт может быть истолкован уже упоминаемой причиной: в системе связей с общественностью женщины в отличие от мужчин чаще выполняют работу, связанную не с прямыми коммуникациями и непосредственной организаторской работой с людьми, а написанием пресс - релизов, статей, общением преимущественно по телефону и электронной почте. Однако это предположение не имеет ничего общего с точкой зрения о том, что женщина «генетически» не имеет склонности к организаторской работе и не приспособлена к выполнению организационно-управленческих задач.

*Таблица 1*

Результаты заключительного опроса PR-специалистов

/п	Качества личности	Количество ответов (в %)					
		В данной профессии это качество					
		Не имеет значения		Желательное		Совершенно необходимо	
			Ж*		Ж		Ж
I. Базовые свойства							
	Высокий уровень волевой организации личности			,1	0	4,9	0
	Оптимальный уровень развития типологических свойств нервной системы	,6	,5	,7	,8	9,7	3,7
	Оптимальный уровень развития когнитивных свойств	,7	,8		,8	3,3	7,4
II. Специфические свойства							
	Психологическая воздейственность	,6	,5	,1	2,5	2,3	5
	Коммуникативная компетентность		,3	1,5	,7	8,5	0
	Психологическая проницательность	,3	,5	,4	,5	2,3	0
	Склонность к организаторской деятельности	,8	,7	,6	2,5	3,6	8,8

Беседы с практическими работниками, а также личные наблюдения во время проведения опроса позволили нам сделать гипотетический вывод, что специфические свойства личности работника PR-сферы, внесенные в пятый блок опросника, и являются главными организаторскими способностями – устойчивыми личностными свойствами, формирующимися в деятельности и обеспечивающими успешность осуществления организаторской работы. Интеллектуальные же, волевые качества и типологические свойства нервной системы являются природной основой для формирования этих способностей.

Полученные в результате опроса данные позволили нам составить гипотетическую схему структуры организаторских способностей PR-специалиста. В данную схему вошли качества, получившие одинаково высокую оценку «совершенно необходимо» как у мужчин, так и у женщин. Некоторые качества были объединены под общим названием в группы. Ряд качеств, обсуждаемых в ходе опроса, не были включены в структуру личности способного организатора. Это было сделано исключительно из нежелания дублировать подобные качества и стремления сделать схему структуры личности организатора по возможности краткой и сжатой.

Общие свойства личности в структуре организаторских способностей в отдельный блок не выделялись по двум причинам: 1) в ходе опроса основные качества данного блока получили противоположные оценки у женщин и мужчин, что не позволяет сделать точных выводов о значимости этих свойств в организаторской деятельности PR-специалиста; 2) беседы с практическими работниками, а также личные наблюдения приводят к заключению о том, что свойства личности организатора – работника системы коммуникаций – определяют скорее не эффективность организаторской деятельности, а ее направление (положительное или отрицательное).

В то же время мы не склонны недооценивать важность морально-этических и личностных ценностей, которые личность имеет на данном конкретном этапе развития, а также осознание смысла жизни вообще и конкретной деятельности в частности, уровень организованности жизни, соответствие поведения ценностным и смысловым ориентациям. Эту

группу качеств мы называем «ценностно-смысловой организацией личности» и считаем возможным, наравне с волевыми свойствами личности, включить ее в состав отдельного важного блока качеств – *волевой организации личности*. В данный блок свойств мы ввели еще одно новое качество – «организацию деятельности» – способность работника к структурированию, отделению главного от второстепенного в поступках. Это качество, на наш взгляд, интегрирует понятия организованности и планомерности в работе.

Результаты опроса позволили определить основные структурные составляющие организаторских способностей личности PR-специалиста. Проведение заключительного опроса подтвердило правильность предложенной нами иерархии компонентов структуры организаторских способностей. Полученные нами данные позволили составить окончательную модель данной структуры (см. табл. 2).

**Таблица 2**

**Структура организаторских способностей  
специалиста по связям с общественностью  
(на основании данных опроса)**



Как показано в таблице, предлагаемая модель структуры организаторских способностей включает два блока личностных свойств: 1) базовые свойства; 2) специфические свойства. К базовым свойствам относятся волевая организация личности, типологические свойства нервной системы (нервно-психическая устойчивость, подвижность нервных процессов и их сила со стороны возбуждения и торможения), интеллект. В блок специфических свойств входят психологическая воздейственность, коммуникативная компетентность, психологическая проницательность, склонность к организаторской деятельности. Согласно нашей гипотезе, специфические свойства формируются на основе базовых в ходе практической PR-работы.

**Библиографический список**

1. Bass, B.M. Leadership, psychology and organization behavior. – N.-Y.: Free Press, 2004. – 361 p.
2. Handy, C.B. Understanding organizations. – Wash.: Harmondsworth, 1981, 2-nd edition 2006. – 411 p.
3. Липман, О. Опросный лист для характеристики профессий и специальностей / О.Липман – М.: Детгиз, 1928. – 29 с.
4. Мангутов, И.С., Уманский, Л.И. Организатор и организаторская деятельность / И.С. Мангутов, Л.И. Уманский. – Л.: Прогресс, 1975. – 523 с.

**М.В. Прохорова**

**ЦЕННОСТНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ БРЕНДА**

Антибрендовый бестселлер Наоми Кляйн «No Logo» стал анафемой для деловых кругов и призывом к борьбе с глобализацией во всем мире. Появление книги «No Logo» стало поводом для более внимательного изучения достоинств и недостатков глобальных корпораций и

признания законности права «активистов» на ограничение влияния транснациональных гигантов рамками социальной ответственности.

Наоми Кляйн раскрывает истинные причины основных конфликтов современности и объясняет, почему некоторые известные и уважаемые компании становятся объектами открытой ненависти миллионов людей. Лейтмотивом книги является призыв бойкотировать транснациональные компании и их знаменитые марки, которые отличаются от обычных лишь высокой ценой. Аргументация против брендов состоит в следующем: они представляют угрозу, они превращают культуру в товар, они не подчинены никому и т.п.

Если спросить любого покупателя назвать причины, по которым он, опираясь только на личный опыт, предпочитает какой-нибудь бренд, то можно услышать восторженные отзывы о достоинствах товаров от компаний McDonalds, Coca-Cola, Nike и им подобных. Когда разговор переводится в более абстрактную плоскость влияния этих брендов на жизнь общества, тональность изменяется: «американцы хотят завладеть всем миром», «наши дети страдают ожирением из-за привязанности к нездоровой пище», «рабочие в странах третьего мира подвергаются эксплуатации». С. Хилтон заключает: «Откройте любую газету и в статьях, посвященных бизнесу, вы найдете хвалебный материал о финансовых успехах ведущих брендов, но переверните страницы, и в том же издании – в порядке компенсации – будет обнаружена истеричная публикация по поводу того или иного бренда, угрожающего нашему обществу, нашим ценностям, нашему образу жизни. Создается впечатление, что бренды несут блага «нам», но гибель «им», что они полезны для бизнеса, но вредны для общества» [1; 61].

Бренды появились в XIX в. как форма защиты потребителей в индустриальную эпоху. Не обладая брендами, производители товаров широкого потребления были бы вынуждены ограничиваться сбытом своей продукции небольшой группе местных клиентов. Создание брендов позволило перейти от местных к общенациональным, а затем и к глобальным масштабам.

Первый мощный рывок к благосостоянию и повышению жизненных стандартов был ограничен пределами Северной Америки и Европы. Местом дислокации наиболее мощных и успешных глобальных брендов являются богатейшие страны мира. Было бы неверным говорить, что бренды обосновались в этих странах, потому что они оказались богатыми. Наоборот, эти страны являются богатыми, потому что имеют бренды.

Таким образом, бренды являются важным индикатором здоровья экономики. Фундаментальная сущность бренда состоит в том, что он позволяет продемонстрировать отличие одних продуктов и услуг от других. Они конкурируют между собой за внимание потребителей. Чтобы завоевать внимание они вынуждены обещать нечто лучшее, чем прежде: продукт высшего качества, более низкую цену или ощущение эксклюзивности. Соперничество брендов ведет к созданию более совершенных, более дешевых и более интеллектуальных предметов потребления и стимулирует экономический рост.

Бренды имеют в себе встроенный рыночный механизм защиты потребителей. Мощным стимулом для гарантированного обеспечения высокого качества и надежности продукции выступает необходимость формировать и сохранять лояльное отношение потребителей. Даже когда происходят неприятные инциденты, например, случай с компанией Johnson & Johnson, обнаружившей, что упаковка баночек с болеутоляющими капсулами «Тайленол» содержала цианид, потребители брендов оказываются более защищенными, т.к. компании – держатели брендов предпримут экстренные меры по исправлению ситуации. Соответственно, можно говорить, что бренды служат знаком, указывающим на стандарты качества и надежности в неменьшей степени, чем любые штампы регулирующих органов о соответствии или несоответствии.

Существенную ценность представляет анализ брендов с точки зрения их влияния на инновационные процессы, которые могут обеспечить более существенный социальный эффект. Не имея бренда, компании не станут рисковать нововведениями, поскольку в этом случае они лишены возможности обеспечить ассоциативную связь между новыми продуктами или

услугами и своими технологическими и инвестиционными усилиями, и, следовательно, воспользоваться преимуществами, которые обеспечивают новшества.

Таким образом, бренды не являются источником отрицательного воздействия на общество. Они не наносят ущерба обществу и окружающей среде, а напротив, будучи «общественной витриной» частного сектора, по мере сил способствуют его смягчению. Бренды – это таран, пробивающий дорогу позитивным социальным переменам [1;74].

Безусловным положительным моментом является социальная ответственность брендов. Движение за социальную ответственность корпораций было инициировано бизнесом в ответ на выпады сторонников позиции «Долой лого». Политика корпоративной социальной ответственности стала жестко обязательной для ведущих компаний, которые сделали открытыми все аспекты своей деятельности – от заботы об охране окружающей среды до установления трудовых норм.

Социальная ответственность предполагает некий добровольный отклик на то, что лежит вне требований, определяемых законом или регулируемыми органами, или же сверх этих требований.

Планы проведения корпоративных конференций обязательно содержат ежемесячные совещания по вопросам социальной ответственности и управления репутацией. Постулат мира социальной ответственности гласит, что бизнес может быть «благом для себя» и одновременно «благом для других», или используя известную поговорку «выигрываешь ты, выигрывают все». Например, косметическая компания Avon привлекает внимание потребителей к проблеме рака груди и предлагает им необходимые рекомендации и помощь.

Необходимость поддерживать актуальность бренда стимулирует инвестиции в исследования и разработки, что в свою очередь обеспечивает постоянное обновление и совершенствование продуктов.

Один из компонентов социальной ценности брендов наименее осязаем, но имеет непосредственное отношение к фундаментальной человеческой потребности – объединяться с другими людьми. Бренды служат общественному объединению на национальном и интернациональном уровнях.

Таким образом, благодаря брендам появилось много возможностей повысить качество жизни всего общества. Бренды воспитывают лояльность потребителей, которая формирует более надежную основу для увеличения доходов компаний и, следовательно, для повышения уровня гарантированной занятости и создания материальных благ; стимулируют инновационную деятельность, являясь залогом приемлемой доходности инвестиций, осуществляемых компаниями для совершенствования продуктов и услуг; предоставляют надежный механизм защиты потребителей; повышают уровень социальной ответственности корпораций; заботятся о превращении корпораций в общественных лидеров; служат средством общественной консолидации на национальном, интернациональном уровнях, обеспечивая равноправное участие в социальной жизни.

---

Хилтон, С. Социальная ценность брендов / С. Хилтон // Бренды и брендинг. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – С. 61-87.

*И.Б. Архангельская*

## **МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Становления связей с общественностью как науки наиболее активно развивалось в США в 1970-80-е гг. одновременно с институализацией PR как академической дисциплины, и этот процесс связан с именами Д. Е. Грюнига (J. E. Grunig), Т. Ханта (T. Hunt), С. М. Катлипа (S.M. Cutlip), А. Х. Сентера (A.X.Center), Г. М. Брума (G.M. Broom), Р. Пирсона (R. Pearson) и др.

Пытаясь объяснить сущность PR-деятельности, исследователи предлагали свои модели коммуникации в сфере связей с общественностью. Наиболее известными являются четыре модели PR, предложенные профессором Университета Мэрилэнд Д. Грюнигом и его коллегой Т. Хантом.

**Таблица 1**

**Четыре модели PR Д. Грюнига и Т. Ханта [1]**

Название модели	Тип коммуникации	Характеристика модели
Пресс-агентство/паблисити	Односторонняя коммуникация	Использует убеждение и манипуляцию для влияния на поведение аудитории
Модель информирования общественности	Односторонняя коммуникация	Использует пресс-релизы и другие виды односторонних коммуникаций для распространения информации о предприятии или персоне
Односторонняя ассиметричная модель	Односторонняя коммуникация	Использует убеждение и манипуляцию для влияния на поведение аудитории, при этом не занимается изучением отношения общественности к организации
Двусторонняя симметричная модель	Двусторонняя коммуникация	Коммуникация направлена на создание взаимопонимания между организацией и общественностью, а также способствует решению конфликтов

Модели пресс-агентства/паблисити и информирования общественности являются односторонними моделями PR. Они имеют дело с процессами коммуникации, которые не требуют исследований, планирования и анализа обратной связи.

Согласно Грюнигу и Ханту, наиболее эффективной является четвертая модель. Она связана с организационным поведением и предполагает, что эффективная PR-деятельность возможна только при условии взаимовлияния всех вовлеченных в процесс коммуникации сторон.

Грюниг утверждал, что двусторонняя симметричная коммуникация не только ведет к пониманию между организацией и ее общественностью, но и предполагает соблюдение определенных этических норм в PR-работе [2]. Связь между двусторонней коммуникацией, взаимопониманием, этикой и социальной ответственностью в PR не была достаточно аргументирована Грюнигом и Хантом, что отметили некоторые исследователи в своих трудах, поставив под сомнение наличие непосредственной связи между этикой и типом коммуникации в PR [3].

Четвертая модель Грюнига и Ханта основана на понимании того, что PR - управленческая деятельность, а одной из главных задач PR-практика является менеджмент коммуникационных процессов с обязательным анализом результатов обратной связи.

Концепция Грюнига-Ханта считается «классическим» теоретическим базисом для исследовательской деятельности и работы по связям с общественностью во многих странах, в том числе в России. Модели Грюнига-Ханта легли в основу теории PR, но, следует отметить, что они описывают в основном взаимоотношения между организацией и общественностью (целевой аудиторией), но не всегда применимы в более широком контексте, когда речь идет о взаимодействии государства и граждан, коммуникации в социальных некоммерческих проектах и т.д.

Р. Пирсон в диссертации «Теория этики в связях с общественностью» и «*A Theory of Public Relations Ethics*» (1989) и работе «Бизнес - этика как этика коммуникации: Практика публичных отношений и идея диалога» (*Business Ethics as Communication Ethics: Public Relations Practice and the Idea of Dialogue*), опираясь на идеи Ю. Хабермаса, предложил модель принятия этических решений в PR, основанных на диалоге между организацией и общественностью [4]. Он

подчеркивал, что монологичная форма коммуникации в связях с общественностью неплодотворна и даже разрушительна.

С одной стороны, Пирсон поддержал идею Грюнига и Ханта о необходимости двусторонней коммуникации, но, с другой стороны, считал их модели несовершенными. Ученый сформулировал необходимые условия для диалогического взаимодействия в дискурсах между организациями. В процессе коммуникации, согласно Пирсону, все стороны должны иметь равное право начинать и поддерживать дискурс, давать пояснения, интерпретировать события и факты. Ученый подчеркивал, что в рамках коммуникации и взаимодействия недопустимы манипуляция, доминирование одной из сторон, использование властных полномочий. На основе трудов Р. Пирсона сформирована современная PR-этика, которую преподают студентам во многих странах мира.

Профессор бразильского Университета Рио Гранде до Сулл, Порте Алегре (Rio Grande do Sul, Porto Alegre) представил латиноамериканскую модель, согласно которой PR – политическая функция, в которой важную роль играют миф, этика и эстетика. Парадигма Симоеса разработана для общества, основанного на государственном бюрократизме, в котором государство зачастую навязывает свои решения гражданам без лишних объяснений. Симоес считает, что конфликт между организацией и общественностью может иметь место, но главная функция PR, по его мнению, сводится к легитимизации организационных решений. Американский исследователь Л. С. Мелвин называет модель Симоеса «двусторонней ассиметричной» с иным, несоответствующим западным демократическим ценностям, взглядом на этику [5].

Следует признать, что вопросы о том, что такое хорошо и что такое плохо, возможно ли манипулировать общественностью и навязывать ей свое мнение в процессе коммуникации, близки и понятны российским PR-практикам. Работа по связям с общественностью во многих российских компаниях построена по латиноамериканской модели PR.

Теория PR находится в стадии становления. Во многом подходы к изучению связей с общественностью обусловлены типом общества, в котором живут исследователи, их исторической памятью, а также философскими учениями, на которые они опираются. Однако процессы глобализации способствуют объединению людей и формированию у них единой системы ценностей. Эти процессы дают надежду на то, что в ближайшее десятилетие PR-работа будет вестись в большинстве стран мира, включая Россию, по единым стандартам и правилам, с опорой на единую модель коммуникации.

#### ***Библиографический список***

1. Grunig, J. E., Hunt T. Managing Public Relations. – New York: Holt: Rinehart and Winston, 1984.
2. Grunig, J. E. Symmetrical Presuppositions as a Framework for Public Relations Theory // C. H. Botan, V. Hazleton, Jr., (eds.). Public Relations Theory. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1989. – P. 18.
3. См., например: Pieczka M., Paradigms, Systems Theory, and Public Relations // Public Relations Critical Debates and Contemporary Practice/ L'Etang, J. & Pieczka, M. (Eds.). – Mahwah: New Jersey: Lawrence, 2006. - Pp.331-359.
4. Pearson, R. Business Ethics as Communication Ethics: Public Relations Practice and the Idea of Dialogue // C. H. Botan, V. Hazleton, Jr., (eds.). Public Relations Theory. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1989. – P. 117.
5. Simões, R.P. Public relations as a political function: A Latin American view // Public Relations Review. – Vol. 18, # 2, Summer 1992. – P. 189 – 200.
- 6.

***Ю.В. Архипова***

### **СОЦИАЛЬНЫЙ PR: СОДЕРЖАНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

Активное проникновение технологий связей с общественностью в социальную сферу является для современной России необходимостью. Это связано с модернизацией российского

социума, стремящегося преодолеть черты посттоталитарного общества (убежденность основной массы населения в том, что блага распределяются иерархически, отказ от политической, социальной активности, уход в частную жизнь, скептическое отношение ко всем видам филантропии) [2].

В России решение социальных проблем невозможно без государственного регулирования. Но оно невозможно и без активного участия разных слоев населения, без общественной инициативы, без желания помочь отдельным людям.

Воспитание общественной инициативы, привлечение бизнеса для решения социальных проблем, культивирование важнейших ценностей, необходимых для нормального существования граждан (потребности в здоровом образе жизни, сохранения окружающей среды, заботы о животных, помощи малоимущим, идеи донорства и волонтерства) берет на себя социальный PR.

Востребованность данного направления связей с общественностью обуславливает его развитие. И если практика социального PR уже достаточно разнообразна, то теория пока существенно отстает. Это в конечном итоге препятствует более успешному развитию социальной сферы в целом.

Теоретическая «недоразвитость» направления выражается прежде всего в нечеткости границ самого понятия «социальный PR» и отсутствии внятного определения. Кажется, авторов большинства учебников по связям с общественностью не смущает, что в соответствующих разделах как явления одного порядка рассматриваются деятельность коммерческих фирм, направленная на формирование образа социально ответственного бизнеса, и деятельность общественных, некоммерческих организаций. А вместе с тем, эти явления разнятся не только целями и объемом вкладываемых денежных средств, но и инструментарием.

Деятельность бизнеса прагматична. И в России это еще более очевидно, чем в США или странах Европы. Трудно поверить, что у отечественных бизнесменов за двадцать лет существования PR-коммуникаций в России уже сформировалось сознание, основанное на понимании взаимозависимости общественного благополучия и профессионального успеха бизнесмена. Общество в нашей стране по-прежнему понимается как пассивный субъект рынка, и явление бизнеса «с человеческим лицом» пока для России не очень характерно. Поэтому благотворительность, патронаж, спонсорство нередко ставятся в один ряд с традиционной рекламой.

Особняком стоят долгосрочные социальные программы, которые имеют сильный коммуникационный эффект и служат отличным средством управления имиджем. Но в силу огромного количества средств, которых они требуют, позволить себе эту технологию могут в нашей стране по преимуществу нефтегазовые компании и металлургические холдинги. Подобно западным компаниям, вкладывая средства в улучшение жизни людей, они подчеркивают свою значимость для общества. Российская же специфика заключается в том, что тем самым отечественные бизнесмены снижают социальную напряженность, периодически возникающую в связи с переосмыслением результатов приватизации.

Основная проблема, связанная с развитием социальной ответственности бизнеса – это проблема непонимания российскими бизнесменами необходимости гармонизации отношений их бизнеса и социума. Равно как и проблема неведения о способах достижения этой гармонии.

Деятельность общественных, некоммерческих организаций принципиально иная. Они создаются не в целях извлечения прибыли, а для достижения благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также для иных целей, направленных на достижение общественных благ. Для активного взаимодействия с общественностью, государственными и коммерческими структурами такие организации могут использовать все многообразие PR-приемов, имеющих в наличии у коммуникационного менеджмента – от традиционной рассылки пресс-релизов и инициирования информационных поводов до проведения «круглых столов» и презентаций.



Если некоммерческая организация не создана при каком-либо крупном предприятии или группе коммерческих предприятий (как, например, благотворительный фонд «Синара», созданный в качестве единого оператора благотворительной деятельности крупнейших компаний Урала: Трубной Металлургической Компании, Северского и Синарского трубных заводов, Группы Синара, СКБ-банка), то, скорее всего, она будет испытывать потребности в денежных средствах, необходимых для реализации социальных проектов. В связи с этим могут активно использоваться технологии фандрейзинга, то есть привлечения денежных ресурсов из коммерческого сектора.

Важнейшей проблемой развития некоммерческого сектора, деятельности общественных организаций является отсутствие единства членов российского общества. Политические и социальные преобразования последних десятилетий, необходимость ежедневно решать множество профессиональных, бытовых, личных проблем «в одиночку» превратили среднестатистического россиянина в циника и нигилиста. Он не верит в свои возможности оказывать влияние на происходящее в стране и с глубоким недоверием относится к другим людям. Подобные настроения большинства российских граждан парализуют сам потенциал гражданской солидарности и препятствуют социальному развитию [1].

Трудности работы PR-специалистов в социальной сфере связаны с неоднозначным восприятием населением социальных проблем, с социальной апатией, с необходимостью находить новые средства привлечения внимания к нуждающимся.

Перспективы развития социального PR в нашей стране очевидны, несмотря на скептические оценки специалистов. По результатам опроса, проведенного Интернет-порталом Sovetnik.ru среди сотрудников PR-департаментов, маркетинговых, рекламных и консалтинговых агентств, не следует ожидать, что в ближайшие 3-5 лет социальный PR получит массовое распространение в России [3]. Лишь каждый четвертый опрошенный настроен в этом вопросе оптимистично. Главными причинами отставания данного направления Public Relations специалисты по-прежнему называют нежелание бизнеса вкладывать средства в социальные программы, неразвитость институтов гражданского общества, бездеятельность чиновников. Но результаты того же исследования показывают, что сами PR-специалисты очень неохотно занимаются социальным PR, поскольку эффект от таких программ не всегда очевиден, они не имеют сиюминутного экономического результата, на них почти всегда не хватает средств, да и зарплата в социальном секторе не слишком высокая.

А вместе с тем, на Западе именно социальный PR «делает лицо» всей отрасли. Поскольку здесь затруднительно применение манипулятивных и дискредитационных технологий, а повседневная работа по организации связей с общественностью благородна, а главное, понятна широким слоям населения. Если принимать во внимание тот факт, что более чем за 20 лет существования PR-коммуникаций в России настороженное отношение к этому виду деятельности со стороны общественности существенно не изменилось, то можно смело утверждать, что развитие социального PR необходимо не только российскому обществу в целом, но и самой PR-отрасли в частности.

#### *Библиографический список*

1. Гудков, Л.Д. Представления россиян о демократии // Современная Россия: путь к миру – путь к себе. Материалы Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета. 10-11 апреля 2008г. Екатеринбург, 2008. Т.1. – С. 19-21.
2. Гудков, Л.Д. Российская повседневность. Доклад к X научно-практической конференции Гуманитарного университета «Человеческая жизнь: ценности повседневности в социокультурных программах и практиках». Екатеринбург, 2007.
3. Sovetnik.ru. Профессиональный PR-портал: <http://www.sovetnik.ru>

## **ИНТЕРНЕТ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ PR**

Как среда и как средство коммуникации Интернет обладает огромным потенциалом для проведения мероприятий по PR.

Интернет является нетрадиционным средством и каналом коммуникации, который характеризуется отсутствием централизованной организационной структуры. Именно это обуславливает отсутствие в Сети цензуры и распространение в ней информации случайным образом. Интернет обладает сходными свойствами с механизмом действия толпы: и в том, и в другом случае имеется реализующийся по-разному технически феномен неуправляемой никем структуры и «случайной среды» [1].

Также этот канал характеризуется скоростью распространения информации. Появившееся на информационном сайте сообщение может быть мгновенно растиражировано сетевыми изданиями, а затем даже печатными. Таким образом, данная особенность Интернета дает благоприятную среду для того, чтобы грамотно созданное и запущенное сообщение распространялось самостоятельно и не требовало значительных материальных затрат на его поддержку.

Интернет дает прекрасную возможность фокусировать воздействие на конкретную узкопрофильную целевую аудиторию, в которой заинтересована организация; выделять подгруппы в этой аудитории для составления более персонализированных PR-обращений; учитывать индивидуальные особенности и характеристики каждого посетителя (например, случай использования сетевой рассылки). Выделение целевой аудитории важно, так как позволяет построить коммуникацию максимально эффективно, быстрее достичь ее цели. Если рассматривать коммуникативный аспект, то коммуникация всегда удастся лучше, если есть четкое представление о реципиенте, в том числе его убеждениях, знаниях, ценностях, возможной реакции на посланное ему сообщение.

Удачным ходом будет заведение на сайте собственного списка рассылки, в которой анонсировались бы полезные и информативные материалы, предоставляющие интерес для целевой аудитории.

Коммуникация в Интернете интерактивна. Это подразумевает возможность активного взаимодействия между сторонами. Кроме всего прочего интерактивность позволяет получать обратную связь, адекватно анализировать сложившуюся ситуацию и своевременно реагировать в случае необходимости.

Предрасположенность пользователей Интернета к получению информации способствует более позитивному восприятию и высокой усвояемости PR-материала. Обобщая данные исследований по изучению Интернет-аудиторий, большой процент аудитории Интернета составляют активные слои населения, которые участвуют в процессе принятия решений [2].

Интернет – это глобальный виртуальный электронный рынок, не имеющий каких-либо территориальных или временных ограничений. Конечно, локальные отличия пользователей разных регионов и стран надо учитывать при составлении PR-обращения. Однако очень важно, что Интернет позволяет реализовывать PR-стратегии с точно-выраженным географическим охватом, с учетом временных зон и другой спецификой аудитории.

Электронное коммуникативное пространство в отличие от печатного или эфирного практически не ограничено. Здесь может быть размещено сколько угодно много информации, объем которой не будет ограничен рамками эфирного времени передачи или количеством печатных знаков. Этому способствует сравнительно невысокая стоимость коммуникации среди остальных СМК (имеется в виду стоимость одного контакта).

Даже если компания не проводит PR-мероприятий в Интернете, она все равно должна заботиться о том, как она в нем представлена. Упоминание компании или ее услуг в Интернет-СМИ, обсуждение в веб-конференциях – все это создает независимый от самой компании PR-бэкграунд (фон), который может быть как положительным, так и отрицательным. И этим бэкграундом компания должна управлять: если не активно (сюда относится проведение

собственных PR-мероприятий для достижения поставленных целей), то хотя бы ежедневно проводить мониторинг Сети и в случае необходимости своевременно предпринимать действия.

На сегодняшний день уже не встает вопрос: нужен сайт или не нужен, но очень актуальна тема, как сделать сайт максимально эффективным с точки зрения успешной коммуникации и поддержания благоприятного имиджа. Поэтому создание и поддержка (регулярное обновление информации) сайта являются одним из важных компонентов PR-деятельности в сети Интернет. Также очень важно наладить поддержку обратной связи: во-первых, возможность для клиента оперативно связаться по электронной почте или ICQ, и, во-вторых, немедленную реакцию компании на его запрос.

Кроме корпоративного сайта создаются также микросайты, где может быть расположена информация о характеристике продукта, его ассортименте или способе покупки.

Чаще всего под понятием «паблик рилейшнз в сети Интернет» понимаются следующие виды деятельности: создание и поддержание веб-сайта, среди прочих функций которого важное место занимают имиджевая и коммуникативная; взаимодействие со СМИ в Интернете; мониторинг веб-форумов и участие в них; создание событий и их освещение.

После размещения сайта в Интернете самым главным PR-ходом является регистрация его в поисковых каталогах. Также нужно заняться увеличением собственного информационного присутствия в Сети, в т.ч. повышением цитируемости сайта, что кроме всего прочего увеличит количество материалов о сайте компании, выдаваемых поисковыми машинами в соответствии с тематическими запросами. Это позволит оказывать влияние на информационное пространство рынка по данному сегменту в Интернете. Так будет больше вероятность того, что журналист или клиент, которые ищут информацию по компании, найдут благоприятные, корректные и подготовленные самой компанией сведения, а не размещенные конкурентами негативные материалы.

Следующий тип PR-коммуникаций в Интернете – это регулярный мониторинг профильных веб-форумов. Во-первых, это позволяет продвигать саму компанию и ее услуги. Во-вторых, своевременно обнаруживать коммуникативные проблемы и оперативно их решать.

Для того чтобы привлечь внимание к компании или продукту, в Интернете проводятся также PR-мероприятия. Это может быть, например, проведение лотереи, викторины или конкурса с призами.

На сегодняшний день очень популярны пресс-конференции в режиме онлайн, которые дают возможность выйти на прямой контакт с аудиторией.

Таким образом, использование Интернета как канала PR-коммуникации для компании имеет смысл в том случае, если его применение в PR-деятельности компании рационально и оправданно с точки зрения достижения целевой аудитории и успешной коммуникации с ней. Если пользователи Интернета являются частью целевой аудитории организации, то, несомненно, задействование Интернет-технологий наряду с традиционными средствами паблик рилейшнз скажется самым лучшим образом на достижениях поставленных перед комплексом маркетинга целей. PR-деятельность в Интернете должна быть гармонично включена в комплекс мероприятий, направленных на коррекцию или поддержание исходной PR-ситуации, и находиться в согласовании с общей PR-деятельностью компании.

#### ***Библиографический список***

1. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. – 624 с.
2. Викентьев, И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. Ч. 1. / И.Л. Викентьев. – СПб: ТРИЗ-ШАНС: Бизнес-Пресса, 1999. – 256 с.

## **ПСИХОГРАФИЧЕСКОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Одной из главных задач специалистов по связям с общественностью является правильное определение «своей» общественности, то есть целевой аудитории, что является непременным условием успешной и эффективной коммуникативной стратегии организации. Сегментирование целевой аудитории можно проводить по следующим признакам: географическая сегментация, демографическая сегментация, социально-экономическая сегментация, поведенческая сегментация, и наконец, психографическая сегментация - деление рынка на различные группы в зависимости от социального класса, жизненного стиля или личностных характеристик потребителей.

На кафедре «Реклама и связи с общественностью» Восточно-Сибирского государственного технологического университета с прошлого учебного года (2008 -09 уч.г.) в рамках учебной дисциплины «Психология массовой коммуникации» студентами 3-4 курсов специальностей «Связи с общественностью» и «Реклама» и ведущими преподавателями кафедры началась системная работа по маркетинговым исследованиям, в частности апробации методик по психографическому сегментированию целевой аудитории. Мы считаем, что психографика должна стать в ближайшее будущее одной из основных методик, используемых исследователями потребительского рынка для оперативного описания и оценки образа жизни. Одна из целей психографики – найти четкие количественные показатели, характеризующие образ жизни потребителей путем опроса фокусных групп, проведения глубинных интервью и применения других подобных методов в противоположность «расплывчатому» качественному исследованию. Итогом первых пилотажных исследований стало написание и защита курсовых и дипломных работ. Конкретной целью первого года этой работы стало изучить метод составления психографического портрета как инструмента эффективной рекламы. Для достижения данной цели мы определили следующие задачи:

1. изучить методы психографического сегментирования как инструмента реализации эффективной рекламной кампании;
2. изучить этнопсихологическое и культурное своеобразие рекламы в Бурятии;
3. использовать психографическую систему VALS для описания целевой аудитории;
4. разработать практические рекомендации по использованию данных, полученных при составлении психографического портрета ЦА, для разработки рекламного объявления.

При рассмотрении данных критериев сегментации, вырисовывается «портрет» потенциального потребителя. Остановимся подробнее на сегментировании по психологическому признаку. Классификация рынков по психологическому признаку происходит из двух основных типов классификации «потребителя»: классификация по профилю личности потребителей и классификация по профилю их стилей жизни (психографика). Психологические описания часто используют в дополнение к сегментированию по географическому и демографическому принципу. Актуальность метода психографического сегментирования и необходимость его применения заключается в том, что на современном этапе развития рынка производителям необходимо учитывать психологические и поведенческие аспекты потребительского выбора в связи с недостаточностью и ограниченностью сведений, получаемых традиционными методами маркетингового анализа. В результате рыночного сегментирования происходит уточнение факторов, которые выделяют определенную группу потребителей из общего рынка. Классифицирование потребителей таким образом может помочь производителям и всем тем, кто занимается установлением связей между производителями и потребителями, отрегулировать рекламу, каналы распространения и цены для того, чтобы более эффективно проникать на целевые рынки. Осмысление физических характеристик потребителей, т.е. их возраста, пола, места проживания, доходов и моделей расходования средств мобильности и психологических характеристик, включая привычную для них схему

действий и установок, интересов и ценностей, – главный фактор успеха маркетинговой стратегии в целом.

Хотя историю существования психографики можно проследить с момента проведения первого исследования, проделанного в 1930-х гг., широко она стала использоваться маркетологами и рекламодателями лишь в конце 1960-х – в ответ на их настоятельную потребность в более глубоком понимании потребительских рынков. Чисто демографическое исследование не могло уловить, что происходит в умах потребителей, поэтому маркетологи захотели иметь информацию психологического характера. До начала развития психографики были доступны два направления психологических исследований – исследования мотивации и личности. Оба этих направления исследований не смогли удовлетворить потребности рынка.

Методически психографики обычно представляют собой оригинальные показатели, часто разработанные специально для выявления и определения сегментов внутри конкретных целевых рынков продуктов и услуг. Обычно они не совпадают со стандартизованными личностными тестами, первоначально разработанными в клинической или академической обстановке. Здесь, возможно, стоит сказать нечто большее о двух направлениях в психологических исследованиях: первое касается системы ценностей, а второе – стиля жизни.

Ценности – это обобщенные представления или ожидания, определяющие поведение. Ценности – важные детерминанты образа жизни и являются более широким понятием, чем установки или типы переменных, содержащихся в методике АИО (Activities, Interests and Options – Занятия, интересы и мнения). Многие ценности сохраняются относительно неизменными на протяжении жизни многих поколений, а другие подвергаются относительным изменениям. Чтобы понять роль ценностей в обществе, мы выделили и проанализировали пока два направления воздействий на человека. Первый – триада основных социальных институтов: семья, религиозные институты и школа. Второй – ранний жизненный опыт.

Различные виды образа жизни – это образцы того, как люди живут и тратят время и деньги. Образ жизни – результат смешения экономических, культурных и общественных сил, каждая из которых каким-то образом влияет на личные качества человека. В своих исследованиях мы убедились еще раз, что образ жизни – это соотношение социальных ценностей и особенностей характера человека. Кроме этого существует и другая концепция образа жизни, более определенная в социально-психологической теории о том, что люди создают конструкции для интерпретации, предсказания и контроля событий в окружающем мире. Эти конструкции или модели ведут к созданию схем и взаимоотношений, которых человек придерживается, чтобы свести к минимуму какие-либо несоответствия и непоследовательности в своей жизни. Очевидно, с помощью соответствующих количественных методик можно определять схемы, которых придерживаются целые группы людей и которые называются стилем жизни.

Обобщенные утверждения позволили нам как исследователям определить общие схемы, такие как удовлетворенность жизнью, ориентация семьи, четкое осознание ценностей, способность к самооправданию, религиозные убеждения и т.д., которые должны быть очень важны для определения грамотной маркетинговой политики любой организации, работающей с определенной потребительской аудиторией.

Таким образом, главным и наиболее важным результатом подобных исследований, в том числе и психогrafического сегментирования, становится повышение степени эффективности маркетинговых коммуникаций организации.

*Е.Е. Горина*

## **ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Проблемы коммуникации широко исследуются в современной науке. Самому понятию коммуникаций давались различные определения. Одно из наиболее часто используемых дал Ю.Г. Волков: «это взаимный обмен информацией, предполагающий ориентацию обоих участников на ответную открытость партнера». Однако даже данный исследователь расширяет

такое понимание, когда говорит о необходимости приобретения навыков коммуникации с самим собой, т.е. интраличностной коммуникации (саморефлексии) [1].

Сам термин «коммуникация» был введен в научный аппарат сравнительно недавно – в начале XX века – и в настоящее время широко используется. О том, что данному понятию придают различные значения, говорит, к примеру, Ф.И. Шарков: «Им обозначают общение людей, обмен информацией в обществе, средства сообщений (транспортные коммуникации); этот термин применим и к способам распространения и приема информации (средствами коммуникации являются пресса, почта, кино, телефонная сеть, радио и телевизионные системы, интернет)» [2].

При всем многообразии концептуальных подходов к изучению сущности коммуникации исследователи заявленной проблематики обязательно приходят к необходимости интерпретации термина «информация». Так, В.Н. Переверзев в самом простом виде определяет коммуникацию как процесс передачи информации между адресантом (отправителем информации) и адресатом (получателем информации). Таким образом, вырисовывается простейшая схема: «адресант – передача информации – адресат». [3]

В свою очередь понятие информации тесным образом связано с понятиями «знание», «символ», «знак». Как упоминает Ю.Г. Волков, «коммуникация по своей природе – символический процесс», в процессе которого знаками и символами выступают объекты, «раскрывающие смысл, который они содержат не сами по себе, а благодаря тому, что этим смыслом их наделило общество» [1]. Таким образом, коммуникация здесь выступает как процесс расшифровки символов и знаков.

Подобными знаками выступают позы, жесты, мимика, однако центральное место в коммуникационной системе традиционно отводится словам. Данное обстоятельство обусловило пристальное внимание социологов к проблемам языка и речи. Речь понимается лингвистами как форма общения на основе определённых правил посредством языковых конструкций, социологами – как социальное явление, связанное с положением человека в обществе и условиями его жизнедеятельности.

Речь индивидов, относящихся к разным стратификационным слоям, значительно отличается; подобная тенденция будет прослеживаться при влиянии этнических, территориальных факторов, уровня образования и т.п. Однако есть сфера, основным направлением развития которой является полная интеграция; здесь формируются новые, более эффективные коммуникативные технологии, продуктом которых в конце XX - в начале XXI век становится деловое общение.

Оно является одним из самых массовых видов общения в мире, при котором люди обмениваются деловой информацией и опытом работы. Деловое общение обуславливает дисциплину и организованность; оно неотъемлемо от социальных процессов реализации активности людей, которая выражается в многогранной направленности профессиональной занятости. Внимание к исследованию феномена делового общения обусловлено необходимостью диагностики современного состояния социальной деятельности, выявлением значения ее результатов в связи с глобальными процессами.

Следует отметить, что вопросы делового общения в научной литературе менее исследованы, чем, к примеру, вопросы массовой коммуникации. Однако в данном направлении работает ряд авторов, делаются попытки дать определение делового общения. По мнению А.С. Ковальчук, деловое общение «есть взаимодействие людей, ведущее к развитию в процессе трудовой деятельности» [4]. Гусев К.А. определяет деловое общение как «искусство, позволяющее войти в контакт с партнерами по бизнесу, преодолеть личные предубеждения, неприятие того или иного контрагента, достичь желаемого коммерческого результата» [5].

Как бы то ни было, деловое общение – это процесс, при котором происходит обмен опытом работы через передачу деловой информации.

Некоторые авторы отмечают, что для специалистов некоторых профессий общение является основной составляющей их труда. По мнению Н.Н. Тренева, «не уметь общаться может только физик-теоретик. Рабочий же день руководителя – состоит из общения» [6]. Основой

трудовой деятельности таких специалистов, как менеджеры, юристы, психологи, бизнесмены, рекламисты и т.п. называет деловое общение Е.Н.Скаженик [7].

Деловое общение имеет ряд особенностей. Во-первых, оно практически всегда очень конкретно, имеет четко поставленную, определенную цель (его основное отличие, например, от дружеского общения). Во-вторых, его отличительной чертой является стандартизация, которая выражается и в обилии готовых фраз-клише, и в четкой регламентации форм документов. В-третьих, деловому общению присуще отсутствие эмоционально окрашенных языковых средств. Деловое общение условно делится на прямое (непосредственный контакт) и косвенное (когда во время общения существует некая пространственно-временная дистанция, то есть письма, телефонные разговоры, деловые записки и т.д.).

Основами невербальной и вербальной деловой коммуникации, по нашему мнению, должен владеть каждый специалист, имеющий высшее образование. Наличие подобных навыков значительно повышает конкурентоспособность выпускника вуза. В этих целях в Муромском институте Владимирского государственного университета был разработан и введен в процесс обучения студентов большинства специальностей курс «Деловая речь и письмо», состоящий как из лекционных, так и семинарских занятий. Основная цель дисциплины – выработать у студентов навыки устной и письменной деловой коммуникации.

На семинарских занятиях автором применяются различные тренинговые формы их проведения. Отрабатываются основы устного общения в различных ситуациях (конфликтах, собеседовании с работодателем, совещании у генерального директора и др.) и письменного – во внутренней и внешней деловой переписке (служебная записка, информационное письмо, обращение гражданина в государственное учреждение и др.). Повышение культуры делового общения наблюдается в каждом конкретном случае при соблюдении условия регулярного посещения занятий студентом в течение всего курса.

#### ***Библиографический список***

1. Волков, Ю.Г. Социология: учебник; под ред. д.ф.н., проф. В.И. Добренкова. – 4-е изд. – М.: «Дашков и К», 2010. – С.117-126.
2. Шарков, Ф.И. Истоки и парадигмы исследования социальной коммуникации // Социологические исследования. 2001. № 8. С. 52.
3. Переверзев, В.Н. Металогические аспекты теории коммуникации // Сборник научных трудов «Теория коммуникации и прикладная коммуникация». Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Выпуск 1 / Под общей редакцией И.Н. Розиной. - Ростов н/Д: ИУБиП, 2002. - С. 118-128.
4. Ковальчук, А.С. Основы делового общения: учеб. пособие / А.С. Ковальчук. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – С.7.
5. Гусев, К.А. Связи с общественностью в экономике [Электронный ресурс]. // URL: <http://dvo.sut.ru/libr/> (дата обращения 03.04.2010).
6. Тренев, Н.Н. Основы делового общения // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. № 5. С.16-23.
7. Скаженик, Е.Н. Деловое общение: учеб. пособие / Е.Н. Скаженик. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006. С. 10.

***И.С. Жилочкина, Т.Л. Михайлова***

#### **НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «АССОЦИАЦИЯ ПРИЕМНЫХ РОДИТЕЛЕЙ» КАК СУБЪЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА**

С каждым годом в России увеличивается количество детей-сирот. Сегодня в Нижегородской области более 4000 тысяч детей, оставленных без попечения родителей. Лишь 4% населения готовы дать дом этим детям, из них только 1% принял сироту в семью [3]. В большинстве западных стран детских домов нет. Дети-сироты живут и воспитываются преимущественно в фостерных (приемных) семьях. Институт приемной семьи законодательно был оформлен в России в 1996 г., но до 2007 г не развивался. В приемной семье ребенок

сохраняет за собой статус сироты и все вытекающие из него социальные льготы и гарантии. Родители выступают в качестве воспитателей, труд одного из них оплачивается. Ребенок-сирота получает возможность жить, воспитываться в семье, а значит, сохранять свое физическое и психологическое здоровье, личностно развиваться.

В последнее время жизнь в большинстве детских домов проходит по принципам функционирования систем закрытого типа (например, колонии, тюрьмы). Шанс на усыновление имеют лишь дети до трех лет; детей старше берут в приемные семьи. Но сегодня в них воспитывается только от 2,5% до 4,3% сирот [2]. В 2007 году в Нижнем Новгороде создана некоммерческая организация НРОО «Ассоциация приемных родителей». Ее целью является развитие института приемной семьи в Нижегородской области. В результате исследований удалось выяснить, что для его формирования необходимо преодоление коммуникативного барьера. Проблемы, репрезентирующие этот барьер:

- 1) отсутствие информации о формах устройства детей-сирот в семью вследствие этого непонимание отличия приемной семьи от усыновления;
- 2) восприятие детей-сирот сквозь призму негативно-окрашенных стереотипов [4], например, «дурная наследственность», отклонения и отставание в развитии, физические, психологические заболевания;
- 3) негативное отношение к приемным родителям: «существует устойчивое предубеждение в отношении приемных семей..., что дети якобы «кочуют из семьи в семью» и что их берут в семьи исключительно из меркантильных интересов» [1].

Артикуляция этих причин – повод для создания информационно-коммуникативного пространства. Это предполагает использование PR-средств, эффективность которых демонстрирует опыт Самарской области. Органами региональной власти в ней была проведена программа по развитию института приемной семьи, включающая два равнозначных направления: а) формирование инфраструктуры для приемных семей; б) масштабную информационную кампанию. Суть этой кампании – распространение знаний о приемной семье, формирование общественного мнения относительно значимости труда приемных родителей. В работе PR-специалистов были использованы все виды СМИ, организовывались специальные мероприятия и акции. По завершению программы 1/3 приемных семей в РФ приходилась на Самарскую область [1], что свидетельствует о продуктивности проделанной работы.

Субъектом формирования института приемной семьи в Нижегородской области является представитель некоммерческого сектора НРОО «Ассоциация приемных родителей», которая формирует информационно-коммуникативное пространство, используя PR-средства. Результат этой деятельности – поддержка общественности и вследствие этого возможные инициативы со стороны региональной власти. Особенность институционализации в Нижегородской области – процесс идет «не сверху», а «снизу», т.е. по гражданской инициативе. Естественно, это более сложный и длительный путь.

Для достижения целей ассоциация использует следующие PR-средства:

- проведение специальных мероприятий, например: «День приемного родителя»; «Дни открытых дверей» в приемные семьи, круглые столы на тему «Просто я работаю родителем»;
- участие в выставках, ярмарках;
- создание сайта и подключение к Вебинару (интернет-конференции on-line);
- проведение раз в месяц передач на областном радио, еженедельная публикация информации в СМИ;
- изготовление и распространение социальной рекламы;
- развитие отделений ассоциации в районах области.

Перечисленные средства способствуют формированию информационно-коммуникативного пространства непосредственно (прямой контакт с представителями приемных семей, членами ассоциации) и опосредованно (СМИ). «Ассоциацией приемных родителей» уже достигнуты определенные результаты: за последний год количество ее членов



увеличилось вдвое, были созданы филиалы в Лыскове, Арзамасе, Кавернино. Ассоциация стала узнаваема в некоммерческом секторе города, что позволило ей привлечь спонсорские проекты.

Таким образом, НРОО «Ассоциация приемных родителей» является субъектом формирования института приемной семьи. Это эквивалентно созданию коммуникативного пространства, которое так же, как и социальный институт, предполагает систему взаимодействий. Ассоциация как субъект PR-деятельности, имеет в своем распоряжении определенный набор PR-технологий и средств, используемых для достижения цели. Это способствует увеличению количества приемных семей благодаря грамотно выстроенной социальной коммуникации.

#### ***Библиографический список***

1. Гурко, Т.А., Тасеев, В.Б. Опыт организации приемных семей в Самарской области // Социологические исследования. – 2007. – №9.
2. Байер, Е. Приемная семья для детей-сирот – приоритетная задача государственной поддержки // Народное образование. – 2009. – №1.
3. [www.drugie-deti.ru](http://www.drugie-deti.ru) – исследования ВЦИОМ июнь 2005г.
4. [www.issledovanie.ru](http://www.issledovanie.ru) – декабрь 2005 г. Центр социологии образования РАО опрос, посвященный изучению стереотипов восприятия детей-сирот.

***Д. С. Иванов, Е.В. Краснова, Е.А. Логунова***

#### **МАРКЕТИНГ УСЛУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННОЙ МОБИЛЬНОСТЬЮ**

В рамках проекта «Социальная адаптация людей с ограниченной мобильностью» студентами четвертого курса Волго-Вятской академии государственной службы специальности «маркетинг» проводилось исследование, цель которого - интеграция людей с ограниченной мобильностью в современное общество.

Предмет исследования – социальные условия и пространственные возможности среды жизнедеятельности города Нижний Новгород для инвалидов-колясочников. В данном аспекте рассматривалась приспособленность предприятий сферы услуг к потребностям людей с ограниченной мобильностью. В ходе исследования проблема рассматривалась в нескольких аспектах.

Со стороны людей с ограниченной мобильностью – необходимо было выявить наиболее востребованные и проблемные отрасли предприятий сферы услуг. Далее в выявленных отраслях проводилось наблюдение на предмет соответствия архитектурно-пространственных характеристик зданий организаций сферы услуг требованиям и регламентам действующих СНиП. Кроме того, необходимо было узнать отношение социума к людям с ограниченной мобильностью, чтобы понять, насколько адекватно общество воспринимает таких людей.

В ходе проведенного исследования мы пришли к выводу о том, что в проблеме адаптации людей с ограниченной мобильностью существует два аспекта: социальный и экономический. Первый заключается в формировании адекватного отношения общества к инвалидам. Экономическая проблема состоит в необходимости создания в Нижнем Новгороде условий для комфортного проживания людей с ограниченной мобильностью. Рассмотрим каждый из этих аспектов.

По результатам исследования, наиболее востребованными и в то же время самыми проблемными предприятиями сферы услуг для людей с ограниченной мобильностью являются транспорт и аптеки. Дальнейшее наблюдение в этих отраслях показало, что подавляющее большинство предприятий не соответствует реальным потребностям данной категории людей. Эту проблему мы предлагаем решать путем взаимодействия государства и малого бизнеса. Законопроект по предоставлению льгот и преимуществ бизнесменам, которые адаптируют свои предприятия для людей с ограниченной мобильностью, позволит ускорить появление необходимых для инвалидов условий.

Кроме того, необходимо проводить работу с предпринимателями. Важно донести до них, что они теряют прибыль, не создавая условий для инвалидов. Люди с ограниченной

мобильностью – отдельный сегмент рынка, который можно освоить. Понимание этого постепенно приходит к предпринимателям Нижнего Новгорода. Примером служит новый слой программы «Дубль Гис» «Доступная архитектура для маломобильных групп». В этом бесплатном дополнении к справочнику собрана информация по светофорам со звуковым сопровождением, улицам и доступным зданиям для маломобильных граждан. Мы предлагаем дополнить программу «Дубль Гис» информацией о предприятиях сферы услуг, адаптированных для потребностей инвалидов.

Второй аспект проблемы – социальный, как показало исследование, еще более значимый для инвалидов. Результаты опроса нижегородских инвалидов иллюстрируют тот факт, что они нуждаются не в жалости, а в реальном общении; инвалиды хотят, чтобы общество воспринимало их как равных. В тоже время более половины (60%) опрошенных Нижегородцев высказались о том, что они относятся к инвалидам с жалостью и сочувствием, но не знают, чем могут помочь. Таким образом, инвалиды Нижнего Новгорода получают от здоровых жителей не реальную помощь, а взгляды, полные жалости и сочувствия. Важно понимать, что инвалиды – это не другая категория людей, которые требуют к себе особого отношения. Это такие же люди, просто с совсем иными проблемами. Адекватное отношение общества к инвалидам не сформируется само по себе, его необходимо воспитывать. Необходимо использовать маркетинговый подход и применить традиционные инструменты продвижения – такие как реклама и PR. Рассмотрим каждый из них подробнее. Мы предлагаем совместить продвижение какого-либо продукта массового потребления и социальную рекламу. Человек на коляске будет в данном случае не главным героем, а одним из участников рекламного ролика, плакатов, листовок. Основная цель данной рекламной кампании – не проблемы инвалидов, а продвижение конкретного товара массового спроса. Используя данный подход, возможно решить сразу две проблемы. Во-первых, проблема финансирования социальных рекламных компаний, поскольку средства поступят из бюджета компании, продвигающей продукт. Во-вторых, воспитание такого отношения к инвалидам, которое они ожидают от общества: восприятие людей с ограниченной мобильностью как равных. Рекламная компания такого рода – рискованный шаг и, к сожалению, вряд ли в ближайшее время какая-либо коммерческая структура утвердит подобный проект. Задача государства в данном случае – заинтересовать бизнесменов в реализации коммерческо-социальной рекламной компании при помощи налоговых льгот и дотаций.

Другой инструмент продвижения – PR, то есть налаживание связей с общественностью. Мы предлагаем придерживаться той же концепции, которая была предложена для рекламной кампании, то есть позиционировать инвалидов как обычных граждан. Необходимо посредством использования комплекса PR-коммуникаций сделать популярным комедийным персонажем человека на инвалидной коляске. Особенно важно именно выступление персонажа в комедийном жанре, чтобы уничтожить сложившийся в обществе стереотип о том, что коляска и счастливая жизнь – понятия несовместимые. Мы предлагаем ломать сложившиеся стереотипы, и тем самым формировать адекватное отношение общества к людям с ограниченной мобильностью. Если в обществе сформируется новое отношение к людям с инвалидностью, то, возможно, и самим инвалидам будет легче поверить в то, что у них есть не меньше возможностей быть счастливыми, чем у здоровых людей.

***В.И. Казакова***

### **ВНЕ ЗОНЫ ДОСТУПА: «ПРЫЖОК» В ПРОСТРАНСТВЕ КОММУНИКАЦИЙ**

*Здесь нет никаких мостов,  
возможен только прыжок.  
М. Хайдеггер.*

Центральным методологическим ориентиром современных социальных исследований является поиск базовой бинарной оппозиции, которая служит в качестве отправного момента

дискурса. И онтологическая природа данного противопоставления, и методологические ориентиры его концептуализации чрезвычайно дискуссионны. Социальное пространство современной России пересечено множеством «разделительных линий неравенства» самого различного уровня, каждая из которых представляется то непреодолимым барьером, то механизмом смыслопорождения, то краем пустоты. Изначально гетерогенный характер русской цивилизации накладывает свой отпечаток на глобализационные тенденции постиндустриального общества, сегодняшний мир проникнут ощущением и переживанием *границы*, мы постепенно привыкаем к большей значимости разделяющего нежели разделяемого. Рефлексия границы – тяга к простому, особенно ярко проявляющаяся там, где она наиболее контрастна, где по разные стороны рубежа, разрыва, «параллакса», находится «свое» и «чужое», «подлинное» и «неподлинное». В социальном пространстве в качестве такой оппозиции выступает противостояние «элиты» и «массы», которая в её различных российских интерпретациях звучит как антитеза «власти» и «народа», «политиков» и «электората», «государства» и «простого человека». Эта граница в современном обществе, возможно, одна из наиболее реально ощутимых и остро переживаемых, поскольку всеобщие надежды на выход из общемирового кризиса на обобщённом уровне обозначаются как воссоздание целостности. И, тем не менее, современное общество, при всех аналогиях с лоскутным одеялом, непостижимо, непоправимо поляризовано, и эта тенденция, по общему признанию, продолжает усиливаться [1-3]. Стремление заново обрести гармонию трёхчленного социального организма наталкивается на всё новые формы «the best and the rest», складывающиеся в постэкономической реальности, вышедшей за рамки непосредственных материальных интересов. Пересечение трансгрессии и нормы становится повседневностью, мы изоощаем мысль в поисках новых парадоксов и антитез, во многом стараясь замаскировать непреодолимый антагонизм нашей жизни. Под словом «мы» здесь может быть понят, как ни удивительно, любой из нас – в этом один из парадоксов информационного общества. Маргинальность как ментальное состояние в значительной мере присуща всем, это применимо в равной мере к обеим составляющим 80/20 society и инициирует противоречия более острые по сравнению с социальными конфликтами прежних времён. Платоновская грусть о разделении на бедных и богатых как на два разных государства осталась далеко в прошлом, их разницу нивелировала общая система ценностей и целей. Глубина демаркационных линий, прочерченных индустриальным переворотом, также становится всё слабей; разделение собственности и управления ознаменовало выравнивание того сдвига темпоральности, который поделил социальные группы по их отношению ко времени. В обществе знания разделительная линия не может не быть, в первую очередь, психологической дистанцией, при этом критерием преодоления оказывается не право распоряжения, а способность к использованию [1, 4]. Неравномерное распределение человеческих возможностей в принципе может быть сочтено аналогичным основанием и для социальных дистанций традиционного общества, но существенным отличием здесь является то, что это общество, как и окружающий мир, превратилось в искусственную среду. Взаимодействие между людьми стало коммуникацией – попыткой установить связь между тем, что уже изначально разрушено. Соответственно, новая антитеза высших и низших характеризуется иной степенью «разрыва». Труд как важнейшая составляющая конструирования социальных взаимодействий оказывается его главной жертвой, он выпадает из системы человеческих отношений, поскольку его разделение уже не может выступать конструктивным началом. Высшая страта не нуждается в эксплуатации низших, чтобы властвовать, индустриальную эпоху ужасала бездуховность труда, приравненного к товару, сейчас постепенно утрачивается и эта возможность.

Игра – единственное, что способно преодолеть этот разрыв в пространстве коммуникаций. Ирония и «молчание» становятся конструирующим началом установки человека по отношению к миру, личности по отношению к обществу. Коммуникацию в одном из её социально-онтологических смыслов можно определить как преодоление разрыва, совмещение различных онтологических уровней. Игра сама по себе обладает мощным интегрирующим

началом, поскольку выходит за рамки собственно человеческой деятельности. Голландский мыслитель Й. Хёйзинга в своей знаменитой работе «*Homo ludens*» обосновал игру как некий способ реализации себя в мире, характерный не только для людей, но и для животных [5]. В своей основе она безотносительна к пространству мысли, оставаясь вне пределов досягаемости *cogito ergo sum*. Становление общества знаний отводит игровой реальности существенное место в пространстве стратификации, её несерьёзность становится единственной основой психологической адаптации человека по отношению к социальной реальности, переживаемой через боль. Отрешённость и праздничная атмосфера создают предпосылки мифологизации окружающего мира, напряжение состязательности помогают преодолеть последствия «шока времени». Постиндустриальное общество часто определяется через игру человека с человеком, и приоритетное место, на наш взгляд, здесь отводится игре «верхов» и «низов», элитарного и массового.

Граница «the best and the rest» – между невозможным и мыслимым как возможное – возникла не сразу, не вдруг, она формировалась постепенно, по мере роста и упадка культуры. Власть перестала быть реальной и зримой, фантом «золотого миллиарда» для рядового человека скорее есть предмет размышления, на который проецируются все невзгоды современности. В то же время известное интервью Билла Гейтса, причислившего себя к среднему классу, свидетельствует о том, что элита, достигшая высшей степени космополитичности, становится неким «отсутствием места». Граница – всё, что остаётся от её реальности, единственное, что зримо в современном социальном пространстве. Её напряжение – напряжение игры, конечный итог здесь не столь важен, как сам процесс. Но, как и в любом состязании, в центре внимания – ставка.

Критерием демаркации «the best and the rest» в настоящий момент становится, на наш взгляд, позиционирование «решений» в социальном пространстве. Миссия надежды и обновления, которая возлагается общественным сознанием на элиту, обозначает последнюю через ментальные характеристики способностей к принятию решений. Единство жизни и слова для человеческого существования в мире сейчас звучит как утрата. Сделать свой поступок «событием бытия» стало сложной задачей в мире, который всё более тесен и всё менее един. Преодоление этого барьера становится сейчас Рубиконом, позволяющим задавать собственное пространство и время, устанавливая тем самым границы не только для себя, но и для других.

Мы принимаем решения – либо предоставляем принимать его другим. Это не вызов, на который можно ответить, в информационном обществе невозможны архаичные стрелы Робин Гуда или рабочая стачка промышленной эпохи, никто не в силах изменить правила игры. Вместе с тем, как и любая игра, решение имеет чётко выраженную пространственную конфигурацию. Современная оппозиция – оказаться вне зоны доступа принимаемого решения, это та часть свободы, которой наделён в информационном пространстве каждый. «Вне зоны доступа» - хайдеггеровский прыжок в пространстве коммуникаций. Как и всё в информационном обществе, он необратим, в рамках определённого пространства, в заданных правилах игры, принятие решения раз и навсегда расставляет всё на свои места, в то же время уход в другое пространство – «вне зоны доступа» – выбор, которым наделён каждый.

#### ***Библиографический список***

1. Иноземцев, В.Л. Расколота цивилизация. Наличествующие предпосылки и возможные последствия постэкономической революции / В.Л. Иноземцев. – М.: «Academia» – «Наука», 1999. – 724 с.
2. Валлерстайн, И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире / И. Валлерстайн. – СПб.: Университетская книга, 2001. – 416 с.
3. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М., 2000.
4. Карабущенко, Н.В. Психологическая дистанция в дихотомии «элита – масса» / Н.В. Карабущенко. – М.: Прометей МГПУ, 2002. – 230 с.

## **ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА**

Сегодня ни для кого не секрет, что реклама является неотъемлемой частью нашей жизни. Главной задачей рекламы является продвижение своего продукта на рынке и чтобы достичь этого, необходимо структурировать текст рекламы согласно особой структуре.

Известный российский ученый-американист Феованов О. А. в своей книге «Реклама: новые технологии в России», говоря о классической композиции текста рекламы, упоминал четыре компонента: заголовок, слоган, сам текст рекламы и, наконец, эхо-фраза.

Заголовок рекламного текста – это основной элемент композиционной структуры, он должен привлечь внимание. Большинство людей, как известно, читают только заголовки. Специалисты в области рекламы утверждают, что если вы не заявили о товаре в заголовке, вы потеряли 80 % своих денег. В заголовке необходимо обещать пользу от товара, не впадая в преувеличения. При этом заголовок не должен заканчиваться точкой. Точка блокирует желание перейти к чтению текста. Например, «Новая Škoda Octavia», «Новый Toyota Avensis».

Слоган фирмы или рекламный слоган. Кафатаджиев Х., говоря об основных требованиях к слогану, упоминает, что он должен быть кратким, запоминаемым, постоянным, содержать название торговой марки и легко переводиться на другие языки. Далее несколько примеров: «Для сильных характером» (о Toyota Avensis); «Покоряй мир вместе с ним» (о Toyota Land Cruiser 200).

В тексте рекламы, по мнению болгарского лингвиста Кафтанджиева, в «ОРТ» развивается аргументация, посредством которой доказывается истинность заголовка и целесообразность его применения.

Завершает композиционную структуру рекламного текста «эхо-фраза». Она суммирует содержание рекламного текста. Обычно она с небольшими изменениями повторяет рекламный слоган или наиболее важный элемент рекламного текста. По законам психологии начало и конец рекламного объявления запоминаются лучше, чем его середина, для этого они должны быть особенно эмоциональны. Кафтанджиев выделяет три наиболее распространенных варианта эхо-фразы:

- а) использовать только название торговой марки;
- б) использовать название торговой марки со слоганом;
- в) использовать название торговой марки и какой-нибудь образ или выражение, придуманное специально для этой рекламы.

На наш взгляд, очень ярким примером эхо-фразы является фирмы Toyota: «Toyota. Управляй Мечтой», где используется название торговой марки со слоганом.

Американские специалисты Уильям Уэллс, Джон Бернет и Сандра Мориарти в книге «Реклама: принципы и практика» выделяют основные типы газетной рекламы. Один из них, рубричная реклама, пожалуй, очень хорошо знакома русскому читателю, ведь исторически она была первым типом рекламы. Такие рубричные заголовки, как «недвижимость», «требуется», «ищу работу» и другие можно часто встретить в специализированных рекламных газетах. К рубричной рекламе также относится макетно-рубричная реклама, которая имеет ряд несущественных отличий. Она использует рамки, более крупный шрифт, пустое пространство, фотографии и иногда цвета. Макетная реклама – доминирующая форма газетной рекламы. Макетные объявления могут быть любого размера и расположены в любом месте газеты, за исключением редакторской страницы. Приложения представляют собой общую или местную полноцветную рекламную вставку, которая появляется через неделю, в основном в воскресных выпусках газет. Свободная рекламная вставка это – предварительно напечатанная реклама, которая свободно размещается между газетными страницами. Следует отметить, что данная классификация видов рекламы полностью применима и для современного российского рынка

Частое использование в текстах коммерческой рекламы лексических единиц, содержащих положительную оценку, объясняется желанием рекламодателя сформировать в сознании покупателя положительного образ, играя при этом на естественных потребностях человека.

Если мы рассмотрим рекламу МФУ SCX-4500 фирмы Samsung, мы обратим внимание на его содержание:

1. Благодаря встроенным Ethernet 10/100 BaseTX и Wireless 802.11b/g вы можете расположить принтер SCX-4500 где угодно, как предмет интерьера или как центр печати.
2. SCX-4500 призван служить людям, а не причинять неудобства. Восхититесь, насколько тихо работает этот принтер.
3. Удобный интерфейс пользователя доступен всем и не требует особых навыков.
4. Сочетание изысканности минимализма и современных технологий подчеркнет ваш стиль.
5. Истинно роскошный, элегантный дизайн, компактный корпус с сапфировыми индикаторами.

Примерами оценочных слов, употребляемых в коммерческой рекламе при описании технических характеристик бытового прибора (применимо не только к бытовой технике), являются слова, несущие положительную оценку.

Эти слова относятся к разным частям речи; прежде всего, это качественные прилагательные: компактный, равномерный, гладкий, прочный, ультрасовременный, multifunctional, современный, изысканный, доступный и т.д., которые объединены по оценочному признаку.

Элементы оценочности обнаруживаются и в других группах слов, в частности, в отвлеченных именах существительных: эффективность, качество, устойчивость, производительность, порядок, гармония, вдохновение; в глаголах и оборотах речи: редактировать (положительное значение), причинять неудобства (негативное значение); в наречиях: тихо (положительное значение), быстро (положительное значение) и т. д.

В нашем исследовании, которое было посвящено коммуникативной направленности текстов коммерческой рекламы, мы пришли к выводу о том, что печатная реклама в ее современном облике, опираясь на особую структуру, и используя специальные языковые средства является очень эффективным средством воздействия на целевую аудиторию. Также в ходе анализа рекламных зеркальных рекламных текстов на английском и на русском языках, нам удалось выяснить, что подходы несколько различаются. Также следует аккуратно подходить к переводу игры слов с английского языка на русский. Также можно сделать вывод о том, что на западе к вопросу рекламы подходят более креативно и оригинально, чем в России, хотя в последнее время наша реклама сделала большой рывок вперед.

*Ю.В. Корошко*

## **ИГРОВОЙ МАРКЕТИНГ ИЛИ НОВАЯ ФОРМА ИНТЕРАКТИВНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

В условиях современного рынка, когда маркетинг взаимоотношений и отношения с потребителями имеют особую значимость, повышается роль маркетинговых коммуникаций и особенно их новых форм. Интерактивные коммуникации (от англ. interaction – взаимодействие, диалог) сегодня начинают приобретать первостепенное значение среди современных средств маркетинговых коммуникаций. Непосредственное взаимодействие потребителя и производителя, построенное в режиме согласованного диалога между ними, позволяет сформировать эффективную двустороннюю коммуникацию, в которой оба участника коммуникационного процесса (отправитель и получатель) могут воздействовать друг на друга. Учитывая адаптацию потребителей к традиционным средствам продвижения продукции, для компаний особенно важным должно являться создание у покупателей чувства, что они являются

не пассивными, а полноценными участниками процесса купли-продажи товаров, который доставляет им удовольствие. В связи с этим, использование средств маркетинговых коммуникаций, в основе которых находится мотив – удовольствие, является сегодня особенно актуальным.

Игра – вид физической и интеллектуальной деятельности, включающий четко определенные правила действий участников, созданный в условных ситуациях, моделирующих реальные, где основной мотив лежит в удовольствии, получаемом в процессе выбора оптимального решения. Игровой маркетинг (англ. Play Promotion) – форма интерактивных маркетинговых коммуникаций, основанная на игре, розыгрыше призов или лотерее, вовлекающая потребителя в игровой процесс, информируя его при этом маркетинговым сообщением производителя, обеспечивая двустороннюю связь и взаимодействие. Такая новая форма интерактивных маркетинговых коммуникаций, как игровой маркетинг в настоящее время, является очень востребованной и все более широко используемой крупными успешными компаниями на рынке для продвижения продукции.

Следует отметить, что сегодня традиционную концепцию маркетинга «4 Р» (Product (товар), Place (сбыт), Price (цена), Promotion (продвижение), развивающуюся концепцию «4С» (Consumer (потребитель), Convenience (удобство), Cost (стоимость), Communication (коммуникации)), может дополнить принципиально новая концепция «4I» (Interest (интерес); Interactivity (интерактивность); Individuality (индивидуальность); Ingenuity (изобретательность)). Составляющие концепции «4I» предполагают, что производимый и продвигаемый предприятием товар должен вызывать эмоции и быть, прежде всего, развлекательным и интересным потребителю, его выбор должен быть обеспечен интерактивностью покупки, подход к покупателю должен быть максимально индивидуальным, а изобретательность, постоянная готовность к внедрению принципиально новых идей и гибкость, в рамках общей стратегии развития предприятия, будут являться основой успешного, инновационного и креативного бизнеса.

Развлекательно-игровые элементы сегодня активно используются в маркетинге, создавая эмоциональную связь с компанией и товаром, позволяя четко понимать привычки, предпочтения, мотивы поведения покупателей и выстраивать понятный именно потребителю образ продукции и бренда. В настоящее время, можно выделить более 20 следующих различных способов и средств интегрирования инструмента продвижения товара компании в игру с использованием игровых интерактивных коммуникаций в комплексе маркетинговых мероприятий компании: мобильный Интернет; Интернет-реклама; директ-маркетинг; мобильные развлекательные продукты (java-игры, приложения, логотипы и мелодии); интерактивные мультимедиа технологии; развлекательное программное обеспечение; вирусный маркетинг в игровых коммуникациях; внутриигровая реклама; брендинг предметов и игровых функции в общем интерфейсе игры; социальная реклама с помощью онлайн-игры; игры, направленные на продвижение социальной программы или спонсорства; создание социальных сетей интерактивных потребителей; разрешительный маркетинг (англ. Permission Marketing), как добровольное разрешение потребителем просмотра рекламы и рекламной ссылки за предоставление производителем доступа к игровому процессу; игровой Product Placemen и внедрение скрытой рекламы товара в сюжетную линию продукта индустрии развлечений; организация маркетинговых исследований в игровой форме; интерактивная наружная реклама с сенсорным дисплеем; интерактивная печатная реклама; скрытые и зашифрованные рекламные надписи в формате SIRDS (англ. Single Image Random Dot Stereograms – точечная стереограмма) – графические, закодированные объемные изображения в картинках с повторяющимися структурами фона, только при особом рассмотрении которых видны различные стерео эффекты; граффити с рекламой; тизерная реклама (от англ. teaser-«головоломка»), содержащая часть информации о продукте, но до определенного момента рекламируемый товар не называющая; мерчандайзинг и интерактивная упаковка; Life-placemen (или рекламный персонаж, как член повседневной жизни потребителя) имитация брендованными персонажами обычной человеческой деятельности (поездка в метро,

осуществление покупок, перемещение по городу) в завуалированной игровой форме; внутренний маркетинг и соревнования персонала компании за вознаграждение; стимулирующая лотерея и др.

Игровой маркетинг может быть представлен разнообразными направлениями деятельности компании и может принимать, в той или иной степени, форму различных средств комплекса продвижения ее продукции: PR, стимулирование сбыта, реклама, Product Placement, брендинг, мерчандайзинг, событийный маркетинг, спонсорство, внутрикорпоративный маркетинг и др.

Крупнейший производитель молочных продуктов ОАО «Компания Юнимилк» для продвижения своей продукции и привлечения новых потребителей часто использует приёмы игрового маркетинга, как новую и эффективную форму интерактивных маркетинговых коммуникаций. Так, для продвижения торговой марки «Френди», в 90 школах г. Санкт-Петербурга и 50 школах г. Красноярска была организована и проведена креативная образовательно-игровая программа «Открой свой мир с другом Френди». Для детей были организованы образовательно-игровые уроки с участием профессиональных актеров и методистов, на которых детям рассказали об истории создания молочной продукции и пользе ее применения. Предложенная игровая программа обеспечивала имплементацию бренда с образовательным процессом и повысила узнаваемость ТМ «Френди», через персонификацию бренда – веселую «ожившую» молочную капельку «Френди». Акция «Вторая жизнь молочной упаковки» также проводилась в школах и детских садах, где совместно с сотрудниками компании «Юнимилк» дети играли, выполняли творческие задания, связанные с молочной продукцией, получали ответы на свои вопросы и мастерили кормушки для птиц из упаковок ТМ «Простоквашино» с любимыми и красочными героями. Впоследствии дети и учителя были награждены подарками с символикой ТМ «Летний День» и «Доктор Бранд». Компания выступала спонсором детско-юношеской регаты «Веселый ветер», проходившей на Москvereке. Победители соревнований были награждены призами и подарками. Компания провела игровые творческие конкурсы, викторины и в рамках акции «Био-баланс», с публичным награждением победителей на организованном специально по этому поводу празднике. ОАО «Компания Юнимилк» ежегодно организует в Санкт-Петербурге специальный молочный фестиваль с игровой праздничной программой, проводимой ожившими героями сказочной деревни «Простоквашино». В 2009г. холдингом был организован необычный праздничный детский чемпионат «Бег в ползунках» в г. Самара, участники получили дипломы победителей и наборы продуктов от компании. Также молочный холдинг выступил одним из организаторов праздника «Йогурт-пати», с розыгрышами призов от компании «Юнимилк». Компания стала официальным партнером турнира «Байкальская рыбалка - 2009», где учредила специальные призы «Лучшая команда поддержки» и «Лучшая детская команда» победителям.

Большинство промо-акций по продвижению продукции ОАО «Компания Юнимилк» основаны на развлекательно-игровом контенте. Например, для продвижения ТМ «Петмол», промо-акция «Лето+Петмол=Подарки» была проведена по следующей программе: 1) при покупке двух пакетов сливок «Петмол» – в подарок выдается шоколадная корова; при покупке трех пакетов сливок «Петмол» - в подарок фирменный стакан; 2) при внесении в центры выдачи призов» (ЦВП) 20 вырезанных логотипов продукции «Петмол» с упаковки – в подарок пляжная сумка; при внесении 30 – банное полотенце; 40 логотипов – сумка-холодильник. В начале 2010 г. успешно завершена промо-акция ТМ «Летний День» «Продли лето: флористика», основанная на следующей игровой механике: 1) за покупку двух продуктов ТМ «Летний день» покупатели получали моментальный приз – журнал, за четыре – книгу по флористике, за пять – сумку; 2) при внесении в ЦВП изображений-фиалок с упаковок продукции покупатели получали разнообразные флористические призы.

Кроме того, компания «Юнимилк» ярко организует игровые развлекательные мероприятия и торжества для персонала компании, проводятся игры, концерты, посвященные значимым дням компании, ежегодному Дню Рождения, конкурсы, креативные задания, различные соревнования, турниры, награждения участников. Например, организация



соревнования торговых представителей филиалов холдинга с целью увеличения продаж и формирования дистрибуции молочной продукции ТМ «Простоквашино», «Летний День», основным принципом которого являлось выполнение представителями индивидуальных месячных планов, по результатам которых, торговый персонал получал стимулирующие денежные выплаты. В феврале 2010г. в центральном офисе «Юнимилк» прошла деловая игра по стратегии развития ТМ «Био Баланс».

Таким образом, производители могут приводить различные причины и убеждать потребителей принять решение о покупке конкретной марки. Однако зачастую эти доводы менее убедительны, чем то, как сам покупатель воспринимает товар. Игровой маркетинг позволяет добровольно вовлечь потребителей в процесс игры (являющийся мероприятием по продвижению продукции), моделировать и, при необходимости, корректировать их поведение, обеспечивая при этом обратную связь и интерактивность игровых коммуникаций. В связи с этим развлекательно-игровые формы маркетинговых коммуникаций являются уникальным конкурентным преимуществом, способствуют получению синергетического эффекта и повышению лояльности клиентов компании.

### ***Библиографический список***

1. Парамонова, Т.Н., Рамазанов, И.А. Мерчандайзинг: учеб. пособие / Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. - М.: КНОРУС, 2007. – 144с.
2. Мачнев, Е.В. Развлекучки. Креатив в розничной торговле / Е.В. Мачнев. – СПб.: Питер, 2005. – 208с.
3. Попов, А. Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй / А. Попов. – Москва.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 320с.

***А.В. Куликова***

## **СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ФОРМА ПУБЛИЧНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Социальная реклама как форма коммуникации призвана выражать общественные и государственные интересы и содействовать достижению благотворительных целей [3]. Таким образом, социальная реклама оказывается в тесной взаимосвязи с теми публичными коммуникациями, что располагаются в поле практики public relations. Очевидно, что социальная реклама могла бы (и должна) стать одним из каналов взаимодействия с самой широкой общественностью.

Социальная реклама – это реклама не конкретного товара, а некоторого отношения к миру. Оно может проявиться (или не проявиться) только в долгосрочной перспективе, причем результат заранее неизвестен [2, С.14]. «Социальная реклама – это проявление доброй воли общества, его принципиальной позиции в отношении социально значимых ценностей. Это подвид жанра, отличный от любого другого только тем, что привлекает внимание к социальным проблемам». [3]

Основной принцип социальной рекламы заключается в невозможности преследования коммерческих или политических целей, а также упоминаний конкретных коммерческих брендов, организаций, марок (артикулов, моделей) товаров, а также политических партий и отдельных политиков.[3]

Социальная реклама – это способ мобилизации и координации добровольной активности членов общества с целью решения актуальных, общезначимых социальных проблем, которые невозможно удовлетворительно решать с помощью стандартного набора государственных административно-правовых средств. Широкий спектр тематики социальной рекламы говорит о той большой роли, которую она играет в обществе в целом.

### ***Основная тематика социальной рекламы:***

- *безопасность жизнедеятельности города/в городе* (экология города, профилактика преступности, дорожно-транспортные проблемы, развитие городской инфраструктуры, проблемы бездомных и беженцев, борьба с мусором и т.д.);
- *экологические проблемы* (радиационная, химическая безопасность, пропаганда идей рационального природопользования и т.д.);
- *сферы жизнедеятельности общества* (образование, бизнес, финансы, страхование, здравоохранение, планирование семьи, молодежь 21 века и общечеловеческие ценности и т.д.);
- *глобальные социальные проблемы* - борьба с пороками и угрозами общества, предупреждение катастроф или нежелательных последствий, например, экономические проблемы (низкий уровень жизни и угроза его дальнейшего снижения; остановка промышленного производства и сельского хозяйства); государственные проблемы (неспособность власти эффективно править страной); духовные проблемы (отсутствие национальной объединительной идеи, общепризнанных ценностей);
- *социальная психотерапия*; используется в случае, когда массовыми являются определенные негативные эмоциональные состояния и чувства;
- *проблемы достижения равных прав и социальных гарантий* (права женщин, пожилых людей, профилактика семейного насилия, толерантное отношение к инвалидам, развитие системы социального страхования от экологических рисков и т.д.);
- *социальная реклама, направленная на улучшение ситуации в области состояния здоровья граждан* (наркомания, алкоголизм и табакокурение, здоровая беременность, здоровое питание, СПИД и безопасный секс, аборты, донорство).

Социальную рекламу можно различать по видам организаций, которые ее используют. Выделим три крупные группы: некоммерческие институты, различные ассоциации, государственные структуры.

*Некоммерческие организации* – это, как правило, больницы, церкви, различные благотворительные фонды. Характер их деятельности – помощь людям больным, нуждающимся во многом, обуславливает и характер социальной рекламы, размещаемой ими. Это, как правило, привлечение средств либо на строительство храма, либо в различные фонды, например, Красного Креста, либо целевая помощь конкретным людям, нуждающимся в лечении. Кроме этого, часто в рекламе лишь говорится о существовании проблемы, т.е. целью является привлечение внимания к явлению (например, в рекламе об инвалидах-слепых). В рекламе больниц или станций переливания крови, кроме акцентирования внимания на проблемах, присутствует явный призыв, к примеру, вступать в ряды доноров или прививать детей от различных заболеваний. Пропаганду здорового образа жизни, безопасного секса, несмотря на специфичность, также можно отнести к социальной рекламе, которую размещает Фонд борьбы со СПИДом. В целом можно сказать, что среди всего объема социальной рекламы, размещаемой в средствах массовой информации, именно реклама этих организаций встречается наиболее часто и, соответственно, находит больший отклик среди людей.

*Реклама, размещаемая ассоциациями.* Различные профессиональные, торговые и гражданские ассоциации также пользуются рекламой для достижения своих целей. Часто целью такой рекламы является создание позитивного общественного мнения, общественного спокойствия. Общественные и благотворительные организации участвуют в разработке тем и отслеживают результаты социальной рекламы.

*Реклама, размещаемая государственными структурами.* Из всего множества государственных структур социальную рекламу более или менее регулярно используют лишь несколько: ГИБДД, налоговая полиция, также стали появляться щиты с рекламой армии.

Если говорить о функциональной значимости социальной рекламы для общества, то можно выделить следующие ее функции [2]:

- формирование общественного мнения;
- привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни;
- стимулирование действий по их решению;

- формирование позитивного отношения к государственным структурам;
- демонстрация социальной ответственности бизнеса;
- укрепление социально значимых институтов гражданского общества;
- формирование новых типов общественных отношений;
- изменение поведенческой модели общества.

Таким образом, по своим принципам и функциям социальная реклама является примером публичных коммуникаций, направленных на включенность общественности в социально-значимые проблемы.

### *Библиографический список*

1. Селиверстов, С. Социальная реклама. Искусство воздействия словом / С. Селиверстов. – М.: Изд-во Бахрах-М, 2006, – 288с.
2. Социальная реклама как основа развития современной общественной жизни / Н. Евсина [и др.] [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.socreklama.ru/sr\\_article.php?arti\\_id=206](http://www.socreklama.ru/sr_article.php?arti_id=206).
3. Федеральный Закон РФ «О рекламе». Статья 18.

*Е.А. Лаптина*

### **ВЫБОР МЕТОДА ОЦЕНКИ КОММУНИКАТИВНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ НА ПРИМЕРЕ ФОТО-ПАВИЛЬОНА «КОНИКА ЭКСПРЕСС»**

Целью настоящего исследования является определение эффективности метода продвижения услуг фото-павильона «Коника Экспресс».

Данная фирма предоставляет свои услуги на рынке более пятнадцати лет. Первоначально фото-павильон оказывал услуги по изготовлению фотографий на документы, а затем с развитием технологий и рынка появились и другие услуги. Сегодня фирма предоставляет широкий спектр услуг, который охватывает относительно большой круг заинтересованной аудитории. Среди них: изготовление фотографий на документы, проявка и печать фотографий с любых носителей, изготовление календарей, кружек и маек с изображением фотографии клиента, ксерокопия, дизайн и ретушь фотографий, печать настенных плакатов, увеличение и уменьшение фотографий, продажа фототоваров (рамки, альбомы, батарейки, CD DVD-диски), ламинирование документов, запись видео-кассет на DVD, фото и видео-съемка свадеб и других торжеств.

Несмотря на то, что ассортимент услуг является насыщенным, необходимо простимулировать сбыт некоторых услуг: изготовление фотографий на документы, изготовление календарей, кружек и маек с изображением фотографии клиента, ретушь фотографий, печать настенных плакатов, запись видео-кассет на DVD, т.к. в них потребитель пока не заинтересован.

Для стимулирования сбыта перечисленных выше услуг необходимо провести рекламную кампанию. В связи с этим нужно провести исследование, с помощью которого можно осуществить выбор метода оценки коммуникативной эффективности рекламы. Из альтернативных методов качественного исследования мы предпочли фокус-групповое интервью как наиболее отвечающее нашим целям. Остановимся коротко на сравнительной характеристике всех методов, которыми располагает группа качественных исследований.

1. **Наблюдение** в маркетинговых исследованиях представляет собой метод сбора первичной маркетинговой информации об изучаемом объекте путем наблюдения за выбранными группами людей, действиями и ситуациями. Оно может быть использовано как источник информации для построения гипотез, служить для проверки данных, полученных другими методами, с его помощью можно получить дополнительные сведения об изучаемом объекте.

2. **Глубинное интервью** заключается в определенном порядке заданных вопросах респонденту в целях понимания, почему он ведет себя определенным образом или что думает об определенной проблеме, при этом респондент отвечает на вопросы в свободной для него форме. Данный метод применяется для сбора информации о новых концепциях, дизайне, рекламе и других методах продвижения продукта; он помогает лучше разобраться в поведении потребителей, в эмоциональных и личностных аспектах их жизни, а также в принятии решений на индивидуальном уровне, получить данные об использовании определенных продуктов.

3. **Анализ протокола** заключается в помещении респондента в определенную ситуацию, в которой необходимо принятие решения, при этом он должен словесно описать все факторы и аргументы, которыми он руководствовался.

4. При использовании **проекционных методов** респонденты помещаются в определенные имитируемые ситуации в надежде на то, что они дадут о себе более подробную и полную информацию, которую очень трудно получить при помощи прямого опроса.

5. **Физиологические измерения**, основанные на изучении непроизвольных реакций респондентов на маркетинговые стимулы. С помощью специального оборудования фиксируются определенные изменения в организме человека. Этот метод довольно редко используется, т.к он может вызывать у респондентов нервозность, что мешает правильному определению результатов.

6. **Метод фокус-группы** состоит в применении специальной технологии проведения серии бесед с однородными группами респондентов из числа потребителей, способности и интеллект которых сконцентрированы ведущим на определенной теме. Цели исследования метода: анализ восприятия товара; анализ отношения к рекламе; выявление потребностей; анализ мотивации потребителей; формулировка гипотез о поведении потребителей и др. К *достоинствам* метода фокус-групп можно отнести следующие: возможность свободной генерации новых идей; разнообразие направлений использования данного метода; возможность исследовать глубинную, подсознательную реакцию респондентов; возможность анализировать результаты последовательных этапов исследования и корректировать сценарий последующих этапов, если они признаются необходимыми. Среди выявленных *недостатков* данного метода следует отметить: нерепрезентативность результатов из-за малого размера групп и их численности; определенную субъективность в интерпретации полученных результатов; определенное психологическое влияние и даже давление, которое респонденты оказывают друг на друга; сложность получения информации о сугубо личных, глубинных мотивах тех или иных действий; сложность с подбором помещения для проведения сеанса; организационную сложность сбора всех респондентов в одном месте. [1]

Проанализировав методы качественных исследований, было решено использовать метод фокус-групп. Целью проведения фокус-групп является: ознакомление с запросами потребителей, восприятием, мотивами и отношением к рекламе фотосалона «Коника Экспресс». В качестве «фокуса» в данном случае выступает отношение к рекламе. Предполагается проводить исследование у трех фокус-групп, по 6 человек в каждой. Место предполагаемого проведения фокус-группы дом культуры. Участники фокус-группы: люди разного возраста от 15 до 65 лет. Выдвигаемые гипотезы: цвет – один из наиважнейших факторов в рекламе; реклама больше всего влияет на выбор услуг фотосалона; при выборе фотосалона общественное мнение имеет большое значение; скрытая реклама в основном вызывает негативные эмоции. Также были разработаны примерные вопросы для интервью:

Какой вид рекламы привлекает Ваше внимание в наибольшей степени? Обращаете ли Вы внимание на рекламные щиты? Ваше отношение к скрытой рекламе? Побуждает ли Вас совершить покупку реклама с различного рода акциями, бонусами, подарками? Доверяете ли Вы рекламе? Важно ли для Вас мнение Ваших друзей, знакомых при выборе фотосалона? Какой вид рекламы, по-вашему, наименее эффективен? Что влияет на Ваш выбор фотосалона?

Предполагается, что использование результатов планируемого исследования эффективности рекламы поможет определить реакцию покупателей на рекламу фото-услуг, их восприятие и отношение к имиджу данного салона, выявит причины неэффективности

рекламной кампании; позволит изменить рекламный бюджет, отказаться от использования одних и начать применение других средств рекламы, а также произвести доработку рекламного сообщения.

- 
1. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учеб. пособие для вузов / А. В. Коротков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. -304с.

*М.А. Малышева, М.П. Прохорова*

## **ИНТЕРНЕТ КАК СРЕДСТВО PR-КОММУНИКАЦИИ**

В настоящее время современное информационно-коммуникативное пространство, под которым понимается глобальная сеть – Интернет, не только выступает в качестве самого эффективного и статусного средства хранения и передачи информации, благодаря своим отличным от всех других средств коммуникаций особенностям, но и стартовой площадкой для проведения различных PR-мероприятий. Во-первых, это возможность мгновенного сообщения и непрерывного распространения информации (по принципу цепной реакции) в любых точках «виртуального» пространства. В данном случае понятия «время» и «место» теряют своё значение. Происходит глубокая по плотности коммуникация на достаточно далёком расстоянии (дистанции). Именно поэтому 80% всех коммуникаций осуществляется по нитям всемирной паутины. Во-вторых, широкий поиск и концентрация усилий организации на интересующей её группе целевой аудитории, узком круге лиц или отдельных субъектах, с целью повышения результативности PR-обращений. Именно Интернет позволяет наиболее выгодно использовать механизм таргетинга – возможность выбрать из многочисленного Интернет-сообщества только ту часть, которая бы удовлетворяла заданным критериям организации, и, изучив её, в короткие сроки построить эффективную коммуникацию и по максимуму достичь её целей. И в-третьих, чем ещё удобен Интернет для осуществления PR-деятельности, так это наличие обратной связи, т.е. возможность вступать в диалог с аудиторией в on-line режиме, выявлять проблемные моменты и своевременно реагировать на сложившуюся ситуацию. Именно интерактивность позволяет PR-сообществам проводить в Интернете web-конференции, профессиональные консультации, а также активно обмениваться опытом с иностранными коллегами и создавать информационно-познавательную базу по своей сфере деятельности.

Кроме того, информационно-коммуникативное пространство приобрело уникальную способность влиять на процесс формирования и развития абсолютно новой социокультурной среды общества и преобразовывать её. Виртуальное пространство (или киберпространство) представляет собой совокупность и взаимодействие так называемых «полей», различных сфер социума. Существуют поля журналистики, экономики, политики и т.п., которые формируются «агентами поля», своего рода центрами влияния, как отмечает А.А. Калмыков [2] в своей статье «Что такое информационно-коммуникативное пространство?». Отдельный человек (социальный субъект), попадая под воздействие субъективного взгляда этого «агента поля», который производит виртуальный образ определенного события, может соответствующим образом менять свое поведение и сознание, что сходно с самой сутью управления общественным мнением. Отсюда возникает проблема восприятия Интернет-сообществом реализации PR-кампаний в сети. Действительно, например, на основании результатов проведенного опроса в ноябре 2009 года студентов ФКТ НГТУ им. Р.Е. Алексеева вырисовывается следующая ситуация: 71 % студентов, которые имели опыт работы в данной сфере, ответили, что в обществе не существует отчетливого представления, чем занимается PR-специалист. Но если набрать в поисковике «пиар в России», то вашему взору предстанут три наиболее развитые и прибыльные сферы PR-деятельности: политика, банковское дело и сфера информационных технологий (имеется в виду продвижение известных программных обеспечений).

Общественность быстро понимает, где красиво завуалированные идеи, предложения и обращения скрывают единственную цель – либо максимизация доходности бизнеса, либо повышение рейтингов каких-либо влиятельных персон под лозунгом: «Цель оправдывает средства!» При этом используются любые средства – намеренный обман, фальсификация информации, распространение сплетен и слухов, преувеличение своего статуса, вымышленные награды и т.д. Под этими «любими средствами» часто понимаются PR-технологии, поэтому в мировой паутине о самих «пиарщиках» отзываются нелицеприятно. Здесь, полагаем, сыграли свою отрицательную роль плюрализм и гипертекстуальность (разветвленность, распыленность текста) информационно-коммуникативного пространства. Человек, попадая в огромный информационный массив, теряется и становится не в состоянии проанализировать и определить, где дана ложная информация, а где истинная (проверенная). Отсюда столько домыслов, слухов и предположений о том, чем на самом деле занимается специалист в области связей с общественностью, какой общественно значимый продукт он производит. Все события PR-сферы, значимые для общества, не должны муссироваться только среди узкого круга специалистов (на страницах специализированных журналов или в on-line сообществах), а должны транслироваться и передаваться широкой публике через традиционные каналы mass-media (телевидение, печатные СМИ), что позволит через небольшой блок информации воздействовать на большую часть аудитории, нежели через Интернет, где выбор сильно индивидуален и избирателен.

Вся эта закрытость приводит к тому, что население сети начало активно сопротивляться коммерциализации и приватизации киберпространства.

Так, Д. П. Барлоу – автор известного манифеста «Декларация независимости киберпространства» с целью сопротивления влиянию государств и корпораций на жизнь в интернете основал «Фонд электронного фронта» (EFF), который также расшифровывается как «Фонд электронной свободы» [1]. Киберпространство, по его мнению, – это не материальный мир, а единый продукт творческого мышления, духовного мира каждого члена Интернет-сообщества, который необходимо уважать.

Итак, исходя из всей противоречивости положения гипермедиа в сети, можно сделать вывод, что Интернет – это благоприятная почва для развития и процветания только тех организаций, которые добросовестно и профессионально выполняют свою работу: дают полную и достоверную информацию о положении дел, используя принцип «прозрачности».

#### ***Библиографический список***

1. Михайлов, В.А., Михайлов, С.В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации». - СПб.: СПбГПУ, 2004. – С. 34-52.
2. Калмыков, А.А. Что такое информационно-коммуникативное пространство? // Режим доступа: <http://jarki.ru/wpress/2010/03/10/1004/>

***И.Н. Масько***

### **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ**

С переходом России к рыночной экономике в нашу терминологию вошло и тесно закрепилось понятие «маркетинг». Маркетинг является одним из видов человеческой деятельности, которая направлена на удовлетворение нужд и потребностей участников рыночных отношений посредством обмена.

Предприятия различного рода деятельности – от мелких розничных торговцев до крупных товаропроизводителей, а также организации, деятельность которых не направлена на получение прибыли (учебные, лечебные, церкви, музеи, симфонические оркестры и др.),

постоянно продвигают свои услуги к потребителям и клиентам. И действительно, на сегодняшний день, ни одно предприятие не обходится без маркетинговых стратегий, средств и методов стимулирования потребителей. Одним из таких средств продвижения является формирование общественно благоприятного мнения на основе связей с общественностью.

На сегодняшний день в большинстве развитых стран растет не только благосостояние потребителей и, соответственно, повышается их требовательность к общественной значимости и ответственности бизнеса, но и число конкурентов, способных «переманить» на свою сторону платежеспособных клиентов. Все это чревато сокращением объемов продаж, снижением выручки компании, а порой и полным крахом системы. В данной ситуации на помощь могут прийти связи с общественностью.

Они используются для популяризации товаров, работ, услуг, предоставляемых организацией. Многие страны используют связи с общественностью для привлечения туристов, иностранных капиталовложений и обеспечения себе международной поддержки. Некоторые организации используют связи с общественностью для возрождения интереса к своей продукции, относящейся к товарам повседневного спроса. Организации используют связи с общественностью для привлечения внимания или для исправления неблагоприятного представления о себе. Стремительно растет роль репутации фирмы, общественного мнения о ее руководителях и ведущих специалистах.

Следовательно, незаменимым становится контакт не только с потенциальными потребителями, но и с обществом в целом, налаживание не просто информирования контактных аудиторий, но и обратной связи, то есть формирование полноценных связей с общественностью (англ. – public relations, PR).

Связи с общественностью – координированные усилия по созданию благоприятного представления о товаре в сознании населения. Они реализуются путем поддержки определенных программ и видов деятельности, не связанных напрямую с продажей товаров: публикации в прессе важной с коммерческой точки зрения информации, «паблисити» на радио и телевидении. Несомненно, как и многие другие инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, личные продажи, стимулирование сбыта и другие) связи с общественностью имеют свои достоинства и недостатки.

На благоприятный результат от применения того или иного инструмента большее влияние оказывает конкретная ситуация и цель, которую фирма хочет достичь посредством применения конкретного инструмента маркетинговых коммуникаций. Как показывает многолетняя практика, потребитель охотнее станет приобретать товар или услугу у той фирмы, о которой у него сложилось более благоприятное мнение. При этом качество товаров или услуг, а так же их цена играют важную, но далеко не последнюю роль в формировании положительного мнения общественности о компании. Именно здесь на помощь и приходят связи с общественностью.

Можно выделить три основных преимущества связей с общественностью.

1. PR — это самый эффективный способ создать положительное общественное мнение. Этого не добиться ни рекламой, ни маркетингом. Связи с общественностью помогают сформировать позитивное общественное мнение благодаря поддержке авторитетных специалистов в соответствующей отрасли.

2. PR дешевле, чем другие виды рекламы. Достаточно сравнить стоимость прямой почтовой рассылки или рекламы в отраслевом издании со стоимостью рассылки пресс-релиза. При этом материалы, содержащиеся в пресс-релизе, будут доступны более широкой аудитории.

3. Связи с общественностью могут помочь в поиске и мотивации хороших работников. Люди предпочитают работать в широко известной компании, о которой сложилось благоприятное общественное мнение, т. е. ее положение надежно и стабильно.

Кроме того, эффективный PR может помочь компании выдержать натиски со стороны конкурентов. В случае кризиса у предприятия, имеющего мощную поддержку общества, больше шансов выжить, сохранив свою репутацию.

Предприятия, которые не уделяют достаточного внимания связям с общественностью, упускают свою выгоду и массу возможностей.

Сегодня можно смело утверждать, опираясь на многочисленные примеры, что без привлечения службы PR сегодня не обходится ни одна уважающая себя фирма, заинтересованная в формировании и поддержании благоприятного имиджа. Однако результат проводимых PR – компаний не всегда оправдывает ожидания и вложенные в них денежные средства.

Чтобы избежать «разочарований», необходимо серьезно отнестись к организации системы PR. Как и любая другая система, она требует постоянного контроля со стороны квалифицированного руководства, четкой постановки цели и задач при проведении PR-мероприятий, выбора подходящих средств и методов претворения в жизнь планов по формированию общественного мнения. В своем стремлении улучшить результат проводимых PR-компаний специалисты разрабатывают новые инструменты PR, помогая тем самым развиваться этой сравнительно молодой области науки.

*Е.А. Немировская*

## **PR: МАНИПУЛИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕКОМ**

Манипулирование человеком – на данный момент тема актуальная и интересная, ведь деятельность СМИ оказывает исключительно большое влияние на жизнь общества в целом, на социально-психологический и нравственный облик каждого из членов этого общества, потому что всякая новая информация, поступающая по каналам СМИ, соответствующим образом несет в себе многократно повторяемые политические ориентации и ценностные установки, которые закрепляются в сознании людей.

В минуты размышлений о темпах современной жизни, информационных перегрузках люди все чаще обращаются к философскому, экзистенциальному смыслу знаменитой фразы Экзюпери: «Самая большая роскошь на земле - роскошь человеческого общения». Понимание, общение, чувства, сам человек все дальше уходят из современной жизни, теснимые информацией, интеракцией, глобализацией и... одиночеством. Третья коммуникативная революция бросила человека в невиданную ранее пучину событий, фактов, социальных потрясений, людских судеб, которые благодаря современным информационным технологиям (СМИ, Интернет), стали реальностью бытия людей, будь то международная жизнь, сериалы «мыльных опер», политические скандалы и прочее, и прочее. Фрагменты чужих жизней, страдания, любовь посторонних людей - все изменчиво, сиюминутно, все преходяще. Сегодня – одно, завтра – другое. Человек вхолостую, односторонне сопереживает теням реальной жизни, равнодушно проходящим мимо него.

Давно прошло время коротких скромных объявлений по радио и сообщений в газетах. Сейчас реклама восклицает – потребляйте! Некоторых людей раздражают постоянные рекламные ролики, появляющиеся посреди любимой телепередачи или повторяемые 100 раз за час по радио. Однако стоит обратить внимание на то, что как бы нам не нравилось это "засилие рекламы" - мы постоянно следуем ей - выбираем «Pepsi», читаем «ТВ-парк», покупаем телевизоры «SONY», пользуемся услугами Столичного Банка Сбережений - да мало ли что еще. Не приходится говорить о том, что выбираем мы исключительно «отрекламированных» президентов - никто не поставит на «темную лошадку». Безостановочной лентой бегут блоки рекламных роликов; присутствуя везде, реклама хочет стать необходимой для народа. Причем одна реклама действует на нас более эффективно, чем другая. Все мы в определенной степени «дети» современной рекламной политики: мы смотрим и слушаем рекламу, доверяем ей и часто покупаем разрекламированные продукты.

Вполне естественно, что реклама заимствует методы воздействия на человека для повышения собственной эффективности. Проанализировав свое покупательское поведение, мы быстро поймем, что покупку совершаем, подчиняясь некоему импульсу: колеблемся,



колеблемся - и вдруг покупаем. Продуманная реклама как раз и способствует скорейшему проявлению такого импульса. Итак, реклама способствует возникновению транса у покупателей, проявлению покупательского импульса. Специалисты говорят о нескольких стадиях манипулирования сознанием. Сначала, определив устойчивые стереотипы, проведя мотивационный анализ, выявив существующие в обществе ценности, манипулятор пытается подчеркнуть, углубить их. Затем вносятся практически незаметные, но весьма значимые элементы, которые начинают исподволь влиять на наше восприятие данного события. И, наконец, глубинное влияние на наши жизненные ценности с целью их абсолютного изменения вплоть до противоположных.

Существует множество методов манипуляции массовым сознанием. Например, такие методы, как дробление и локализация. Когда, например, самый интересный материал журнала разделен на несколько частей, которые разбросаны по всему номеру. Таким образом, читатель вынужден просматривать весь журнал, в том числе и рекламные вкладки. В телефильме рекламные вкладки постоянно перебивают сюжет на самом интересном месте, но так как зритель стремится увидеть развязку, он вынужден смотреть и рекламу. Одним из примеров такой манипуляции является проводящаяся последние годы массированная кампания по изменению отношения населения России к мафии. В начале 90-х начинают появляться детективные сериалы и фильмы. Затем из эфира и газет исчезает термин «мафия», его потихоньку стали заменять слова типа: «организованная преступность», «бригада», «братва» и т.п. В настоящее время идет массированное манипулирование массовым сознанием с целью доказать, что бандиты, в принципе, не плохие люди, а некоторые - вообще обаятельные, любящие детей люди, помогающие несчастным.

С помощью «метода победившей стороны» проводится психологическое воздействие рекламы на людей в плане того, что у большинства жителей мира существует очень большое желание быть как все. Одним из примеров использования метода можно назвать рекламу мобильной связи. Так, в рекламе оператора связи «Билайн» говорится о том, что подключившись, ты сможешь бесплатно разговаривать с 10 миллионами человек. Такой же подход использует и компания мобильной связи МТС. Естественно, у человека возникает вопрос-утверждение, если этой мобильной связью пользуется такое количество людей, то она действительно хорошая. Очень часто метод победившей стороны можно встретить и в политической рекламе.

Правильно подобранная графика играет немаловажную роль в психологическом восприятии рекламы.

1. Линии в рекламных сообщениях. Лучше всего использовать диагональные или тонкие линии, так как они полны движения и вызывают различные ассоциации. В тоже время горизонтальные или толстые линии придают рекламе ощущение тяжеловесности.

2. Очень большое внимание в рекламе привлекают фотографии.

3. Формы. Так, согласно утверждению специалистов, эллипс является более желательной формой для рекламного сообщения, чем круг или квадрат. Это объясняется тем, что фигуры с вершинами привлекают внимание именно к своим вершинам.

В коре головного мозга происходят процессы отражения явлений окружающего мира, отдельных свойств предметов и объектов, которые воздействуют на человека непосредственно в данный момент. Эти процессы называются ощущениями. С помощью анализаторов человек приспосабливается к другим людям, находит взаимопонимание с социальной средой и окружающей природой, а иногда и способен изменить внешнюю среду. Человек получает некую информацию, которая проходит прямо в подсознание, где взаимодействует с другими психическими процессами, при этом она проходит мимо сознания.

СМИ достигают поставленных целей, воздействуя на психику и поведение человека. На наш взгляд, эта роль вряд ли изменится в ближайшие столетия в связи с тем, что вместе с технологическим прогрессом меняется скорость информации, усиливается степень воздействия СМИ за счет интерпретации событий, трансформации передаваемой информации. Мы не видим мир свободным от различных обёрток рекламы, общественного мнения, религиозных шаблонов,

субверсных предрассудков и бизнес-процессов. Поэтому в заключение хотелось бы еще раз подчеркнуть, что СМИ открыто или завуалированно формируют наши представления о мире и нам необходимо четко осознавать это влияние.

**Т.В. Новикова**

## **РЕБРЕНДИНГ МАССМЕДИА КАК ФОРМА МАНИПУЛЯТИВНОГО ПРИВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ**

Основой любого медийного бренда, претендующего на сильную позицию в информационном рынке, является набор эмоциональных и смысловых составляющих. В этом смысле бренд – это сумма сохранившейся информации о медиа (как «сообщения», по Маклюэну), которая выстраивается постепенно, по мере знакомства с ним. В результате в сознании и подсознании аудитории появляется устойчивое отношение к медийному продукту. Показателем популярности или успешности медийного бренда является рейтинг – величина в медиаметрии. Исследовательские социологические и маркетинговые компании (например, COMCON или Gallup media) измеряют рейтинг средства массовой информации количеством людей-пользователей или в процентах от общей численности населения. Любое медиа (особенно коммерческое) пристально следит за движением аудитории, за рейтингом. И если обнаруживается отрицательная динамика, немедленно принимаются меры: создаются новые программы, меняется логотип, фирменный стиль, приглашаются новые ведущие, либо модифицируется бренд (осуществляется ребрендинг).

Отличие медийного бренда от любого другого рыночного знака (например, торговой марки) состоит в том, что он должен быть не статичным, но динамичным и гибким, т.е. время от времени подвергаться изменениям. Процесс глубинных изменений идеологии бренда называется *ребрендингом*. Он подразумевает изменения в различных коммуникациях бренда: от логотипа до рекламных материалов, в зависимости от ситуации. Применительно к стратегии телекомпании или радиостанции каждое изменение должно быть особенно четко обосновано. Понимание мотивов изменений позволит произвести ребрендинг наиболее эффективно.

Необходимость проведения ребрендинга может возникнуть по различным причинам: бренд стал не актуален; появился более успешный бренд, ориентированный на ту же целевую аудиторию; перед брендом могут быть поставлены более глобальные задачи по объёму продаж, и поэтому следует сместить «фокус» в сторону более обеспеченной и платежеспособной аудитории, и т.д. Таким образом, ребрендинг зависит от конкретной ситуации и задач, которые будут стоять перед обновлённым брендом.

Ребрендинг – это не ликвидация старого бренда и создание нового, а его эволюция, в процессе которой часть прежних компонентов сохраняется и включается в имидж обновлённого бренда. Все обновлённые элементы бренда (слоган, логотип, дизайн и т.д.) должны проходить обязательное тестирование на восприятие целевой аудиторией. В случае соблюдения этих условий, а также качественной работы креаторов и дизайнеров, изменённый бренд будет воспринят потребителями как естественный эволюционный процесс, не будет вызывать отторжения, а эффект перемены будет только приветствоваться, и, как следствие, принесёт рост популярности телеканала/радиостанции и высокий рейтинг.

Пристальное внимание к феноменам бренда, или торговой марки в современном коммуникативном процессе тесно связано с тенденцией превращения России в постиндустриальное общество, в общество потребления, в том числе и информационного. Общество потребления – это совокупность общественных отношений, в которых ключевое место играет индивидуальное потребление, опосредованное рынком [1]. Этим широко пользуются все масс медиа, а в особенности радиостанции: они предлагают (продают) потребителю не только особенности музыкального наполнения своего эфира, но и *имидж*, иными словами, *ключевую композицию*, объясняющую особенности своего бренда. Например,

ключевая композиция радиостанции «Европа плюс» представляет собой направление модной танцевальной и клубной музыки; «Серебряный дождь» обращается к «интеллектуальной аудитории», людям-индивидуалистам «с хорошим вкусом»; «Русское радио» исповедует тему народности, позитива (слоган «Все будет хорошо»). Производство и продажа брендов становится самостоятельным видом экономической деятельности, в котором основным товаром являются виртуальные ценности, ценности потребительского общества. Следовательно, в большей степени это касается радиовещания коммерческого, нежели государственного или полугосударственного. Так, достаточно распространенной является тенденция, при которой коммерческие радиостанции «продают» не столько музыку, сколько идею или имидж. Таким образом, зачастую на процесс ребрендинга влияют не запросы аудитории; скорее наоборот – ребрендинг является формой манипулятивного привлечения аудитории к медийному продукту.

По определению С.Г. Кара-Мурзы, манипуляция сознанием – это действия, проводимые разумным объектом или их группой для создания желаемых для субъекта-манипулятора логических выводов, образов мышления и приобретенных рефлексов у разумного объекта и их групп [1].

Г.Шиллер указывал на то, что «для достижения успеха манипуляция должна оставаться незаметной: «для манипуляции требуется фальшивая действительность, в которой её присутствие не будет ощущаться»[2]. Эту «фальшивую действительность» предлагают такие виды массмедиа, как телевидение и Интернет. Радиостанции не имеют свойств визуализации, вот почему особенности их брендов обретают дополнительную функциональную, манипулятивную нагрузку, которая в других массмедиа распределена по различным каналам коммуникативного воздействия.

Это понимают владельцы многих радиостанций, однако не всегда их манипуляции с брендами приводят к увеличению аудитории (ее зависимости от радиостанции). Так, сентябре 2007 года руководство «Авторадио» (одной из ведущих радиостанций в Нижегородской области) приняло решение осуществить ребрендинг, причем только в отношении смены логотипа радиостанции. Логотип в идеологии ребрендинга должен был в концентрированном виде передавать символическое значение основного коммуникативного послания радиостанции. Изменения состояли в том, что звезда как архетипический символ, представленная прежде в форме колеса, стала «голливудской» звездой (очевидно, этим подразумевалась установка на шоу, на более широкий развлекательный формат программ). Цветовая гамма осталась прежней. В результате смена логотипа никак не повлияла ни на рейтинг, ни на отношение слушателей к «Авторадио», а только потребовала лишних финансовых вложений и затрат.

Таким образом, манипулятивный потенциал радиобрендов часто обращается против самих радиостанций, если ребрендинг начинает пониматься не просто как инструмент, облегчающий выстраивание отношений с аудиторией, а как мошеннический прием, скрывающий отсутствие информации и содержания за красочной вывеской-логотипом. Превращение брендов в симулякры есть оборотная сторона потребительски-манипулятивного отношения с аудиторией.

Таким образом, можно констатировать, что процессы ребрендинга массмедиа имеют разнонаправленный характер. Они, с одной стороны, призваны символизировать динамизм и современность радиостанций, качество их отношений со своей аудиторией, что, безусловно, является позитивной характеристикой медиабрендов. Но с другой стороны, без суггестивного наполнения бренда его маркетинговые возможности стремятся к нулю. В результате возникает противоборство маркетингового и коммуникативного начал, что часто приводит к изменению рыночного статуса радиостанций, к смене их форматов или даже к закрытию.

#### ***Библиографический список***

1. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2000. – 688с.
2. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. – М.: Мысль, 1990. – 188с.

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ОБРАЗ СОЦИАЛЬНОГО СУБЪЕКТА: ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ПРОСТРАНСТВЕ PR**

Феноменологический подход к исследованию современного российского PR-пространства представляется актуальным с нескольких точек зрения. Прежде всего, можно говорить о глубоком сродстве феноменологической постановки проблемы сознания и русской склонности рассматривать когнитивные практики как часть и функцию бытия человека в мире [1,2]. Стремление к сосредоточию самосознания, к обретению целостности ума являются исконно русскими чертами соборного идеала «согласия с мыслью», само славянофильство, ставящее задачу наведения «мостов между разумом и верой», ориентировано на восхождение мысли к жизни через постоянную рефлексию и самоанализ. Помимо этого, проблема бытия сознания рассматривается здесь через поиск пути обновления на фоне кризиса культуры, что чрезвычайно близко и трансцендентальной гуссерлевской феноменологии, и современным реалиям. Несмотря на указанное родство, позволившее столетием ранее (главным образом, через работы Н. О. Лосского и Г. Шпета) открыть новые грани осмысления человеческого бытия-в-мире, феноменологический мотив в российской социальной науке наделён относительной новизной. В освобождённой посттоталитарной действительности мы учимся мыслить заново, вне догм и иллюзий, не стремясь более ни к идеологиям, ни к утопиям.

Принято считать, что область применимости классической методологии очерчивается границами стабильности социума [3]. Вопреки расхожему мнению, нам представляется, что этот тезис скорее *contra* нежели *pro* социальной феноменологии, поскольку современное российское общество в целом как нельзя более соответствует критериям стабильности. Говорить о состоянии транзycji – ещё не значит в ней находиться, и дискурс «пролонгированной пограничности», затянувшегося кризиса, перманентности раскола – есть не более чем психологическая потребность, столь яркое проявление которой может быть серьёзным поводом для размышлений. Феноменологические ориентиры, на наш взгляд, безотносительны к устойчивости или нестабильности социальных состояний, они ценны именно тем, что простираются до того уровня метаанализа, который способен охватить и то, и другое.

Пространство PR в современной России открывает во многом уникальное поле для феноменологического исследования. Оно, прежде всего, наглядно выявляет, что многие свойства социальности, присущие обществу самому по себе, являются результатом онтологизации традиционных социологических методов.

Было бы, пожалуй, чрезмерным преувеличением уподобить PR-пространство мозаике из осколков жизненного мира, тем не менее, оно, несомненно, есть один из наиболее наглядных разрывов между динамикой жизни и логикой проекта. Здесь становится наиболее значимым тот аспект «невероятности» коммуникации, который трансформируется в представление о том, что именно человеческое сознание, направленное на объект человеческого интереса, наделяет его *значением*, отнюдь не присущим объекту «самому по себе».

Эта социологическая трансформация принципа интенциональности наглядно демонстрирует относительную независимость рефлексии от мира практического опыта. Коммуникация остаётся на сегодняшний момент «прагматически не присвоенным феноменом», замыкающимся на способности манипулировать объектами мысли. Одним из наиболее интересных аспектов представляется нам соотнесение интенциональных аспектов коммуникативного пространства с фундаментальной проблемой социально-философских и социологических исследований – стратификацией. Можем ли мы отнести к обществу как к целостности, является ли оно расколом классовой борьбы или стремлением к архаичной сословной триаде – в настоящее время один из наиболее болезненных вопросов российской социальной науки.

В заданном контексте данный вопрос замыкается на проблему онтологического статуса

коммуникации, её рассмотрении в координатах «естественное – искусственное». Решение затруднено тем, что в современной социологической мысли фиксируется главным образом не сама реальность, а наша мысль о ней. По отношению к «элите», «среднему классу», «интеллигенции» за неимением лучшего закрепляется терминология «социального портрета», когда все характеристики предписываются исследуемому объекту априорно.

Подобная методологическая позиция не может целиком быть приписана теоретическому несовершенству социологической науки, она является отражением трансформации общественных отношений, моделью которых может служить т.н. «стратегический образ социального субъекта». В современной социологической литературе он определяется как «то, чем означенный субъект должен быть или хотя бы казаться» [4]. В терминологии А. Шюца можно говорить о «конечных областях значений», где и социальный субъект как реальность, и мысль о нем обладают известной автономией, специфическим стилем социальной активности, типом переживаний, а также уровнем «внимания к жизни» [5]. Переход от одной конечной области значений к другой переживается как «скачок», переключение на иные когнитивные характеристики. Повседневный взгляд выделяет здесь главным образом негативные моменты: псевдореальность, искажение смысла, уход от подлинного. Вместе с тем в российском обществе, не атомизированном унификацией промышленного переворота и во многом деперсонифицированном, с его традициями Всеединства и органической солидарности возможна иная проблематизация коммуникативистики, нежели для западной приоритетности «Я» как интенционального источника общения.

Коммуникация может быть определена как путь воссоздания человеком внутренней связи с миром, конструируемое таким образом PR-пространство – как пространство целостной духовной жизни личности. Подобная постановка может показаться недостижимым идеалом, изначально предназначенным быть нереализованным. Тем не менее, предпосылки для воплощения в жизнь подобной концептуализации, на наш взгляд, существуют.

Соборное, сверхиндивидуальное начало по-прежнему отличает русские духовные практики, давая мысли необходимый простор. Нас миновала западная отягощённость стереотипами, «восстание масс» и безликость общества потребления, наша «сверхиндивидуальность» сквозь опыт тоталитарной идеологии сберегла богатый потенциал личностной реализации, представленный, например, персоналистическими традициями. Именно здесь открывается широкий круг возможностей, к которым апеллирует социально-феноменологическая концепция понимания.

Российские духовные практики сохранили преемственность с традиционной общностью, её стремлением к «тёплым» формам социальных связей. Актуальная задача налаживания новых форм социальных коммуникаций может быть реализована в обновлённой концептуализации Другого, ориентированной не на противопоставление, а на конструктивное взаимодействие. «Скачок», «прыжок» – таковы образы коммуникации, сложившиеся в традиции западной феноменологии. Присущая российской ментальности амбивалентность открывает нам иной путь раскрытия образа – «мост», при котором коммуницирующая личность – не вещь, неспособная втиснуться в сознание и представление, подменяющее действительность, а богатство внутреннего мира, гармонизирующее действительность и явление. Именно таким образом «возведение взгляда от сущего к бытию» [6] может иметь следствием позитивное приведение к бытию самого себя.

#### *Библиографический список*

1. Хайдеггер, М. Что зовётся мышлением? / М. Хайдеггер. – М.: издательский дом «Территория будущего», 2006. – 320с.
2. Русская философия. Малый энциклопедический словарь; под ред. А.И. Алешина – М.: Наука, 1995. – 624с.
3. Смирнова, Н.М. От социальной метафизики к феноменологии естественной установки (феноменологические мотивы в современном социальном познании) / Н.М. Смирнова. – М.: ИФ РАН, 1997. – 120 с.

4. Афанасьев, М.Н. Российские элиты развития: запрос на новый курс / М.Н. Афанасьев. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2009. – 132 с.
5. Шюц, А. Мир, светящийся смыслом / А. Шюц. – М.: РОССПЭН, 2004. – 1056 с.
6. Хайдеггер, М. Основные проблемы феноменологии / М. Хайдеггер. – СПб.: Высшая религиозно-философская школа, 2001. – 447 с.

*И.А. Савченко*

## **МЕДИА В БОРЬБЕ ЗА МАРГИНАЛА**

Общественность как социокультурная система во многом складывается из культурных идентичностей составляющих ее индивидов. Коммуникативная среда большого социума напрямую зависит от состояний идентичности.

Для того чтобы узнать, в каком направлении происходят колебания идентичности в современном обществе, мы провели эмпирическое исследование <sup>1</sup> среди студентов из так называемого «ближнего» зарубежья, обучающихся в нижегородских вузах: Нижегородском государственном техническом университете имени Р.Е. Алексеева, Нижегородском государственном университете им. Н.И. Лобачевского, Нижегородского государственном архитектурно-строительном университете.

В опросе приняли участие 253 респондента, из которых 60% – женщины, 40% – мужчины. Все респонденты достаточно молоды: 47% не достигли 20-летнего возраста, 36% – в возрасте 21-25 лет, 13% – в категории от 26 до 30 лет и только 4% – 31-35 лет. Большинство (93%) не состоят в браке.

Все опрошенные в настоящее время проживают в Нижнем Новгороде. Национальность опрошенных: белорусы – 20%, литовцы – 3%, украинцы – 23%, грузины – 10%, армяне – 17%, азербайджанцы – 10%, таджики – 3%, поляки – 3%, туркмены – 3%, молдаване – 8%.

Как известно, в инокультурных условиях возможно развитие по одному из четырех направлений: моноидентичность с родной культурой, бикультурная идентичность, моноидентичность с новой культурой, этнокультурная маргинальность (отсутствие культурной идентичности). Когда мы задавали респондентам прямые вопросы, результаты мало что проявили (см. табл. 1). Так, лишь малое количество (13%) признали себя этнокультурными маргиналами.

С целью уточнения маргинальных тенденций в среде студентов-мигрантов нами введено понятие дополнительных маркеров культурной маргинальности (см. табл. 2). Общее для этих маркеров то, что респондент пытается так или иначе обесценить понятие национальной культуры.

Ответы на прямые вопросы, направленные на определение культурной идентичности не всегда дают точное представление об изучаемом феномене. Полученные эмпирические данные могут быть неточными и неполными, поскольку индивидам сложно оценить свою культурно-идентификационную позицию. В научной литературе отмечается, что для определения идентичности, и, в особенности, для уточнения маргинальных тенденций требуются более тщательные изыскания [13]. Так, оптимистичные высказывания, согласующиеся друг с другом ответы говорят либо о стремлении усваивать новую культуру, либо – сохранять свою. Оптимизм характерен также для бикультуралистов, обнаруживающих высокую адаптивную способность, уважение к разным культурам и, в итоге, наибольший интеллектуальный и личностный потенциал.

Противоречивость ответов, нелогичность, обнаруживаемая при их сопоставлении неизменно свидетельствуют о тенденции к культурному маргинализму. Имеются в виду ответы депрессивной окраски, выдающие пессимизм, разочарование, неверие в свои силы, низкую адаптивную способность. Таким образом, мы попытались выявить состояния культурной идентичности респондентов на основе ряда косвенных показателей. Такими показателями

---

<sup>1</sup> Исследование проводилось проектной группой. Руководитель: И.А. Савченко. Члены рабочей группы: И.А. Белобородова, Ю.В. Винокурова.

явились удовлетворенность студентов осуществлением смысла жизни и измерение их потенциальной ориентации на отъезд (см. табл. 3).

Обнаружилось, что 92% студентов считают, что «жизнь в их руках, и они сами управляют ею». Но при этом «пустой и неинтересной» свою жизнь считают 96%, а наполненной интересными делами – только 4%. Между тем «каждый новый день обычно кажется новым и непохожим на другие» 80-ти % студентов-мигрантов, и лишь 20% воспринимают новый день как совершенно похожий на все другие. Налицо крайняя противоречивость ответов.

Не сожалеют, что учатся в России 62%, а 30%, если б на то была возможность, «непременно бы уехали в другую страну», 4% предпочли бы переехать учиться в другой российский регион (см. табл. 3).

**Таблица 1**

**Распределение студентов-мигрантов по типам культурной идентичности**

№ п/п	Тип идентичности	Маркер данного типа идентичности	Доля в % от общего кол-ва	Отношение к своему типу идентичности	Из них (в %)
1.	Моноидентичность с родной культурой	По крови я ..... , это моя национальность . Это не изменить, это навсегда	40	Считаю это нормальным	87
				Такое чувство меня тяготит	13
2.	Бикультурная идентичность	Я четко ощущаю в себе сразу две национальности , две культуры	37	Это ощущение считаю нормальным	77
				Такое чувство меня тяготит	23
3.	Моноидентичность с новой культурой	По крови я не русский, но, поскольку живу среди русских, уже считаю себя русским	10	Это ощущение считаю нормальным	87
				Такое чувство меня тяготит	13
4.	Этнокультурная маргинальность, отсутствие культурной идентичности	Я себя ни к какой национальности не отношу. Я просто человек	13	Это ощущение считаю нормальным	57
				Такое чувство меня тяготит	43

**Таблица 2**

**Дополнительные маркеры культурной маргинальности**

№ п/п	Маркер	Кол-во респондентов, выбравших данный вариант (в %)
1.	Национальность – это всего лишь строчка в документе. На самом деле никакой национальности не существует	67
2.	В моей родной культуре и в культурах тех, с кем я общаюсь, нет ничего особенного, ничего такого, с чем	37

	хотелось бы ознакомиться ближе	
3.	Есть такие национальности, которые вызывают у меня симпатию, но, к сожалению, они очень далеки от меня	80

**Таблица 3**

**Косвенные признаки состояний культурной идентичности**

/п	Начальная часть утверждения	Вариант продолжения утверждения	Распределение ответов в %
Удовлетворенность осуществлением смысла жизни			
	Моя жизнь	в моих руках, и я сам управляю ею	92
		не в моих руках и управляется внешними событиями	8
	Моя жизнь	пуста и неинтересна	96
		наполнена интересными делами	4
	Каждый день обычно кажется	новым и непохожим на другие	80
		совершенно похожим на все другие	20
	В жизни я	еще не нашел своего призвания и ясных целей	77
		нашел свое призвание и ясные цели	23
Измерение ориентации на отъезд			
	Молодым лучше	продолжать жизнь на земле своих отцов и дедов	47
		строить жизнь на новом месте	53
	При наличии возможности	уехал бы учиться в другую страну	30
		я бы все равно отсюда никуда не уехал	62
		уехал бы учиться в другой регион России	4
		остался бы на Родине и получал образование там	4
	Моя Родина - место, куда я	поскорей хочу вернуться	49
		не спешу возвращаться	51
	В России мне	хорошо	92
		плохо	8
	В Нижнем Новгороде мне	нравится	88
		не нравится	12
	Своими жилищными условиями	доволен	73
		не доволен	27

Свою Родину считают местом, куда «хочется поскорей вернуться» 50%. Другая половина опрошенных не спешит возвращаться на Родину. В целом в России чувствуют себя «хорошо» 92%, «плохо» – 8%. Своими жилищными условиями довольны 73%, остальные – недовольны. И при этом 95% утверждают, что им нравится в Нижнем Новгороде.

Итак, в данном блоке вопросов ответы настолько противоречивы, что не приходится говорить о безоговорочно радужной ситуации. Налицо признаки этнокультурной маргинализации, которая порождает депрессивный эгоистичный тип, равнодушный как к родной, так и к новой культуре.

Наконец, тот факт, что отношение к жизни у многих скорее смиренно депрессивное, нежели оптимистичное, также говорит в пользу маргинализационной тенденции (см. табл. 4). Так, лишь 33% студентов утверждают, что их жизнь прекрасна; 47% считают, что «все не так плохо и можно жить», а 20-ти % «жить трудно, но можно терпеть».

**Таблица 4**

**Отношения студентов-мигрантов к актуальной жизненной ситуации**



№ п/п	С каким из приведенных высказываний Вы более всего согласны?	Кол-во респондентов, выбравших данный вариант (в %)
1.	Жизнь прекрасна	33%
2.	Все не так плохо и можно жить	47%
3.	Жить трудно, но можно терпеть	20%
4.	Терпеть далее невозможно	
5.	Затрудняюсь ответить	

Как известно, традиционно для выявления идентичности опрашиваемым предлагается дать несколько (чаще – семь) ответов на вопрос «Кто я?». Ответы участников нашего опроса были разнообразны: человек, гражданин, дочь, сын, личность, оптимист, будущая мама, студент, реалист, лидер, друг, спортсмен, творец, мужчина, женщина, жизнелюб, хороший человек. Однако свою этнокультурную принадлежность указали лишь 4%!

Такие данные говорят о полном отсутствии культурной идентичности, т.е. об этнокультурной маргинальности. Маргинализация (потеря собственной культуры и неспособность усвоить новую культуру) – безусловно тревожный знак, имя которому: кризис идентичности.

Современное коммуникативное пространство буквально пропитано маргинальностью. Маргинальность выражается в смещении ценностных ориентаций, несформированностью отношения к происходящим событиям, к людям, к самому себе. Маргинал – желанный объект коммуникативного и, тем более, масскоммуникативного воздействия. Любой человек, и маргинал – не исключение, так или иначе, стремится к ценностному самоопределению. Возможно, медиа рассматриваются им как анонимный помощник такого самоопределения. Поэтому сегодняшние субъекты коммуникаций находятся в состоянии борьбы в первую очередь за маргинала, за его смятенную душу.

*Н.Н. Саяпина*

## **КОММУНИКАЦИИ ВУЗА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

Рынок образовательных услуг во многом детерминирован общими условиями функционирования рыночной системы в целом – уровнем ее зрелости и имеющимися противоречиями, характером и степенью их проявления, механизмом государственного регулирования и его эффективностью и т.п. Рынок образовательных услуг в силу своей уникальной природы – использования информации и знания в качестве главного ресурса – обладает значительным потенциалом и в состоянии оказывать обратное влияние на развитие рыночной системы в целом, на отдельные ее подсистемы и элементы. От рынка образовательных услуг зависит функционирование науки, развитие научно-технического прогресса, реализация экспертных возможностей страны в образовательных услугах, следовательно, пополнение государственного бюджета, выполнение социальной функции государства, эффективность национальной экономики в целом.

Современное состояние рынка характеризуется повышением значимости и ценности информации. Увеличиваются темпы роста информатизации общества, потребителю становится доступным все больший объем информации. В этих условиях значение коммуникационной функции маркетинга растет, а вопрос эффективности использования потенциала коммуникационного инструментария становится наиболее актуальным.

В экономической теории всю совокупность обращающихся на рынке благ – товаров и услуг – с точки зрения получения информации потребителем о существенных качественных характеристиках услуг подразделяют на три типа: исследуемые (знания о качестве покупатель получает без специальных издержек до момента покупки), опытные (знания о качестве покупатель получает с определенными издержками до момента покупки) и доверительные (сведения о качестве становятся доступными после получения благ, т. е. после потребления услуг) [1, 7].

На рынке доверительных благ, к которому можно отнести и рынок образовательных услуг, наблюдается информационная асимметрия. Принимая решение о приобретении определенных образовательных услуг, покупатель сталкивается с рядом неопределенностей: во-первых, он не в состоянии надежно прогнозировать ситуацию на рынке труда на специальности в долгосрочной перспективе, во-вторых, у покупателя отсутствуют знания о качественных аспектах услуги. В результате у покупателя возникают две проблемы: какие образовательные услуги приобрести и у кого. Решение их возможно путем ликвидации или минимизации отрицательного влияния информационной асимметрии.

Государство, являясь субъектом рынка образовательных услуг, для минимизации информационной асимметрии обращается к механизму введения минимальных стандартов качества посредством лицензирования учебных заведений.

Рыночная ориентация образовательного учреждения предполагает в качестве основной прерогативы использование принципов и функций стратегического управления и маркетинга, можно даже отметить направления взаимного влияния и взаимопроникновения стратегического управления и маркетинга и, как результат, развитие концепции рыночно ориентированного управления [2]. Важно подчеркнуть, что стратегическое управление на современном этапе следует рассматривать как область деятельности, ориентированной на рынок и использующей для разработки стратегических планов и решений соответствующие рыночные инструменты, при этом стратегическую задачу обеспечения взаимодействия организации с внешней средой выполняет именно маркетинг.



**Рис. 1. Информационные потоки между основными участниками рыночных отношений в области образовательной деятельности вуза**

Использование инструментов рыночно ориентированного управления создает предпосылки для формирования системы рыночного взаимодействия (партнерства) как основы современного стратегического управления, позволяет снять конфликт между целями организации и потребителей, поскольку применяется на основе изучения окружающей среды и создания привлекательных возможностей использования соответствующим ресурсам.

Таким образом, необходимым условием выработки стратегии управления вузом в условиях рынка является учет факторов маркетинговой среды. Целевой результат маркетинговой деятельности – это наиболее эффективное удовлетворение потребностей: личности – в образовании; учебного заведения – в развитии; фирм и других организаций-заказчиков – в росте кадрового потенциала; общества – в расширенном воспроизводстве совокупного личностного и интеллектуального потенциала.

Теория современной концепции коммуникации делает акцент на анализе совокупности элементов в их динамическом взаимодействии по отношению к выбранной цели.

Для получения информации обо всех участниках рыночных отношений в рамках образовательной деятельности вузу необходимо проводить маркетинговые исследования рынка образовательных услуг и рынка труда, что позволит сформировать коммуникационную, ассортиментную, ценовую, сбытовую и кадровую политику [3]. Основные информационные потоки между основными участниками рыночных отношений представлены на рис. 1.

Коммуникационная стратегия разрабатывается на основе принятой вузом общей стратегии деятельности на рынке, а также с учетом соответствующих стратегий в области образовательных услуг, цен и сбыта. Приоритетным направлением коммуникационной политики вуза, несомненно, являются потребительские предпочтения. Систематизация факторов восприятия, ожидания, удовлетворенности позволяет определять цели развития, эффективно управлять ресурсами и конкурентными преимуществами, формировать конкурентоспособность учреждения высшего профессионального образования.

#### ***Библиографический список***

1. Тамбовцев, В.Л. Реформы российского образования и экономическая теория // Вопросы экономики. – 2005. – №3. – С. 4–19.
2. Банчева, А. Развитие концепции рыночно-ориентированного управления // Маркетинг. – 2006. – №2. – С. 3–12.
3. Белаш, О.Ю. О маркетинговой деятельности в государственном техническом вузе // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №1. – с. 97–107.

***Н.Н. Саяпина, А.В. Заикина***

### **ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ**

В практике современных предпринимательских структур, формирование имиджа рассматривается как одна из стратегических целей, которая считается не менее важной, чем внедрение новых технологий, стабилизация финансовой среды, найм персонала и расширение рынков сбыта. Имидж современной фирмы является важным фактором укрепления конкурентных позиций, способствует успешной деятельности предприятия в долгосрочной перспективе, что отражается на финансово-экономических показателях деятельности, облегчает распознавание продукции предприятия на рынке.

Public relations (PR, англ. – связи с общественностью) занимается организацией коммуникативного пространства современного общества. Если рассматривать PR с точки зрения системы маркетинговых коммуникаций, то можно определить PR как формирование системы гармоничных коммуникаций организации с ее целевыми аудиториями на основе полной и объективной информированности в рамках достижения маркетинговых целей коммуникатора.

Мероприятия public relations направлены на укрепление общественной репутации фирмы, которая закладывается, в первую очередь, качеством товара и соответствующим уровнем обслуживания, а также доброжелательностью, вежливостью и опрятностью персонала.

Одним из аспектов общего восприятия организации и ее оценки является впечатление, которое она производит, то есть ее имидж. *Имидж фирмы* – это мнение о данной организации группы людей на основе сформированного у них образа этой фирмы, возникшего вследствие либо прямого контакта с этой фирмой, либо в результате информации, полученной об этой фирме от других людей.

Под имиджем, в основном, подразумевают:

- 1) константы фирменного стиля, их трансляцию в рекламных текстах;
- 2) впечатление, складывающееся у потребителей, о фирме в целом, что автоматически переносится на ее продукцию (работы, услуги).

Цель состоит в превращении индивидуального идеального образа в коллективный, который выступает для массы людей как фактор принятия решения о сотрудничестве. Индивидуальный образ, став коллективным, превращается в социальную конструкцию, оказывающую мощное воздействие на поведение людей. Таким образом, через сформированный имидж до широкой публики доводится мысль, что конечная цель работы фирмы – не получение прибыли, а удовлетворение желаний, конкретных потребностей людей, общества в целом. Это значит, что при работе над имиджем важно учитывать, прежде всего, интересы общественности, а не фирмы или свои личные [1, 48]. Важны не качества, которыми организация обладает, а качества, в существование которых мы верим.

Процесс превращения индивидуального образа в социальную конструкцию оказывается успешным, если создатель образа сможет, во-первых, воплести имидж фирмы в уже существующий жизненный мир людей, т. е. в их представления о нем, и, во-вторых, докажет, что между имиджем и непосредственно фирмой есть большая степень сходства. Процесс успешного конструирования имиджа опирается на материал, уже существующий в обществе в виде идеалов, ценностей, предрассудков, норм и т.п. Элементы этих конструкций берутся в виде составляющих конструируемого образа. Если они оказываются нереальными, то вся конструкция не имеет шансов на достижение успеха.

Существуют следующие ключевые моменты плана по созданию эффективного, всестороннего имиджа.

1. Закладка фундамента – определение ценностей, целей, принципов и философии, на которых будет покоиться все здание плана.

2. Внешний имидж – складывается из общественного мнения о кампании, формируется рекламной кампанией, качеством продукции, связями со средствами массовой информации и общественной работой (восприятие компании обществом).

3. Внутренний имидж – атмосфера внутри компании, позитивное и негативное отношение сотрудников к руководителям и политике компании (преданность сотрудника своей фирме).

4. Осязаемый имидж – создается из восприятия бизнеса покупателем при помощи его пяти чувств, его впечатление о вас складывается из того, что он видит, слышит, чувствует, вдыхает и трогает.

5. Неосязаемый имидж – ответная реакция покупателя на осязаемое, на обслуживание и отношение к нему сотрудников компании.

Осведомленность о механизме взаимодействия отдельных элементов плана по созданию имиджа позволяет компании формировать или укреплять её положительный имидж.

Фирменный стиль – основа имиджа, главное средство его формирования. Понятие фирменного стиля тесно связано с понятием имиджа, так как фирменный стиль – это как бы оболочка, которую наполняют конкретным содержанием. Наполненная оболочка плюс мероприятия по public relations и создают понятие корпоративного имиджа.

Начиная реализацию имиджевой политики важно помнить, что хаотичная, плохо спланированная кампания по формированию имиджа создает у публики противоречивое

представление о фирме. Основой гармоничного развития любой сущности является принцип соответствия. Согласно принципу соответствия, имидж показывается как коррелирует между собой представление, которое компания хочет создать о себе у потенциального клиента, и представление о компании, которое существует у потенциального клиента. Из принципа соответствия можно выделить несколько факторов, необходимых для формирования данной концепции имиджа:

- имидж компании соответствует уровню/этапу развития компании;
- внутренний имидж компании соответствует внешнему имиджу компании;
- имидж компании должен соответствовать стратегии развития компании, опирающейся на удовлетворение определенных потребностей всего рынка или его сегмента;
- имидж компании соответствует современному этапу развития общества, в котором существует компания [2].

Установлено, что фирма, по аналогии с товарами, проходит на протяжении своего существования 4 этапа развития. Необходимо учитывать особенности каждой из стадий, чтобы на каждом этапе не терять клиентуру и торговые позиции. Успешность прохождения каждого последующего этапа определяется адекватностью имиджевой политики предыдущего этапа.

Мы считаем, что именно поэтому адекватность внимания к имиджевой политике важна на современном этапе развития рыночных отношений, когда потенциальный покупатель задумывается о том, что купить, по какой цене, какого качества, с каким сервисом и остальными нюансами, а фирма, в свою очередь задумывается о том, как построить политику своего присутствия на рынке и как «продержаться на плаву», не теряя клиентов и получая прибыль.

#### ***Библиографический список***

1. Реброва, Н. П. Маркетинг: учеб. пособие / Н. П. Реброва. – Омск: Омский государственный институт сервиса, 2006. – 258 с.
2. Вишнякова, М. Концепция формирования имиджа компании // Реклама и PR. – №4. – 2006. – С.23–28.

***Е.И. Скобелева***

### **РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ГОРОДА/РЕГИОНА**

Глобализация как фактор современного общественного развития способствует необратимому процессу реформирования российского общества. Мир стал более открытым для движения капитала, товаров, рабочей силы, информации. Стремление России к реализации модернизационных изменений, определению критериев эффективности государственной политики в целом и в области экономики в частности, расширению конкурентных преимуществ немыслимо без создания коммуникативного пространства на глобальном экономическом и политическом уровне, без грамотного управления коммуникацией. Система управления коммуникационными процессами предусматривает формирование интегрированной коммуникации с целевыми аудиториями для достижения максимальной эффективности по всем направлениям развития в условиях изменяющейся внешней среды, в частности, для успешного позиционирования страны в социально-экономическом и политическом плане на мировой арене.

Позиционирование России может осуществляться посредством формирования и продвижения имиджа России путем реализации маркетинговой технологии по выявлению и поддержке конкурентных преимуществ страны, способных сохраняться длительное время. Реализация данной маркетинговой стратегии на сегодняшний момент представляется проблематичной в силу существования стереотипов и предубеждений. В данном случае можно с полным правом говорить о возможности стереотипизации восприятия России в процессе продвижении имиджа страны через национальный продукт (нефть, водка, пушнина, оружие), что делает образ страны односторонним, непривлекательным и формальным. Преодоление данных барьеров видится в формировании имиджа России через имиджи городов/регионов.

Создание позитивного имиджа города/региона формируется преимущественно с использованием таких каналов маркетинговых коммуникаций как СМИ. Деятельность любого из средств массовой коммуникации – прессы, агентств печати, радио, телевидения, информационной сети Интернет и т.д. - предполагает формирование и изменение информационного пространства. Участниками данного процесса являются органы государственной власти, бизнес- структуры, общественность и т.д.

Создание позитивного имиджа города/региона осуществляется в информационном пространстве как по принципу «вертикали», с участием органов государственной власти, так и на горизонтальном уровне, с привлечением общественности, бизнес – структур, появление которых способствует укреплению информационного поля. Вертикальные информационные потоки со временем имеют тенденцию укрепляться, хотя и способны трансформироваться. Сверху вниз идут инициативы, социальные программы, национальные проекты и т.д. Снизу вверх идут потоки критики, обсуждений и т.д. Критический информационный поток практически не имеет никакой эффективности, поскольку сознательно корректируется СМИ для поддержания мифологемы демократического общества. Поток обсуждений инновационных предложений органов госуправления, проявляющийся в виде общественной инициативы, именно по этой же причине иногда достигает цели. Примером может служить обсуждение градостроительных планов общественностью в ряде регионов России.

На сегодняшний день противостояния неофициального образа города/региона в сознании общественности и официального, созданного государственными структурами, не наблюдается. Широкая общественность воспринимает ту информацию от администрации, бизнес-структур, которую предоставляют СМИ, редко с полным доверием, но отстраненно. Это вызывает тревогу, поскольку, в отличие от региональных органов государственной власти, регионального бизнеса, которые формируют имидж города/региона с целью получения дополнительных инвестиций, для общественности имидж территории является смыслообразующим фактором. Именно общество является получателем имиджевой информации и её дальнейшим распространителем, связывая отдельные составляющие этого образа города/региона (новости экономического характера, культурные проекты) в единое целое, в единый образ.

Имидж региона/города - категория экономическая. В зависимости от специфики регионального развития, от поставленных задач структура программы позиционирования и продвижения региона может быть различной, включающей реструктуризацию информационной среды, экономический анализ коммерческой деятельности, а также отношения с общественностью, реализуемые через планы PR- и рекламных кампаний. Стратегию позиционирования и продвижения формируют органы государственной власти, представители бизнеса, к которым можно отнести и банковские структуры, и градообразующие предприятия, создавая деловой имидж территории. Таким образом, положительный деловой имидж города/региона напрямую зависит от рентабельности и платежеспособности региональных промышленных предприятий, региональной администрации, являющихся рекламодателями для СМИ.

Маркетинговая деятельность администрации города/региона по формированию положительного образа территории предполагает такие ее действия, которые были бы направлены на то, чтобы сделать максимально полезными социальные и экономические функции территории. Но, создавая экономически притягательный образ города/региона, нельзя забывать и о культуре. Безусловно, при формировании позитивного имиджа следует учитывать исторически сложившиеся положительные стороны территории, её культурно-историческую значимость. В этой связи следует отметить необходимость осуществления маркетинговых мероприятий по гуманизации территории города/региона, учитывая потребности и интересы как общества в целом, так и его отдельных целевых групп. Эту функцию также активно берут на себя СМИ, позиционируя город/регион как культурно-исторический центр, привлекательный для туристов, инвесторов.

Но здесь возникают сложности другого порядка. Стратегия маркетинга привлекательности, предполагающая проведение комплекса мероприятий, направленных на

продвижение особых факторов, гарантирующих конкурентные преимущества городу/региону, направлена, в основном на внешнюю целевую аудиторию. И в этом случае опять следует подчеркнуть, что имидж территории выступает как категория экономическая, так как проектированием имиджа занимаются администрация города/региона, градообразующие предприятия, бизнес-структуры, с намерением привлечь инвестиции, получить дополнительные преимущества экономического характера, позиционируя территорию в выгодном свете. При этом учет потребностей внутренней целевой аудитории является чисто формальным. Предполагается, вероятно, что любовь к своей малой родине у жителей города/региона существует изначально, и специально никаких акций для воспитания патриотических чувств, гордости за свою страну, самоуважения предпринимать не стоит.

Отношения с внутренней целевой аудиторией должны выстраиваться в форме обмена, при котором целевая аудитория, перерабатывая получаемую информацию, перестает быть получателем сообщений и становится полноправным партнером процесса коммуникации, единомышленником в деле социальных преобразований. Такая практика является оправданной и обоснованной, поскольку, в период модернизационных изменений, любая организованная система должна, прежде всего, направлять свои усилия на работу с внутренней целевой аудиторией, учитывая, что она, во-первых, является транслятором информации во внешнюю среду, во-вторых, активным субъектом социально - экономических преобразований. В конце концов, процветание города/региона напрямую зависит от того, насколько заинтересованы в прогрессивном развитии и предприимчивы будут его жители.

Таким образом, СМИ необходимо вспомнить о том, что они являются четвертой властью и способны не только передавать информацию, но и создавать новую действительность, целенаправленно формировать у миллионной аудитории определенные ощущения, чувства, отношения, строить сложные системы общения с целью реализации маркетинговых стратегий по формированию имиджа города/региона.

*А.Г. Трофимчук*

### **КУЛЬТУРА КОММУНИКАЦИЙ СПЕЦИАЛИСТА ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НА ОСНОВЕ ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ**

Традиционно – психология, социология, маркетинг, политология, лингвистика – тот минимум, который необходимо глубоко изучить специалисту по связям с общественностью. Кроме этого, он должен обладать отличными коммуникативными навыками и креативным мышлением, быть обаятельным и харизматичным, грамотно говорить и писать. Целесообразно знание иностранных языков, Web-технологий и умение работать с графическими редакторами.

Коммуникативная культура специалиста по связям с общественностью на основе общечеловеческих ценностей (общечеловеческие ценности олицетворяют интересы всего человечества, в них выражено представление о добре, прекрасном, истинном, которое человеческая история вырабатывала и проверяла веками; к ним она относит: историю народа, философию (этику, эстетику), искусство, религию, литературу, педагогику, семью[2]) представляет гармоничное сочетание внутренних и внешних факторов обеспечивающих продуктивное профессиональное общение. Внутренние факторы включают: нравственные основы повседневной жизни; процесс совершенствования духовного мира; эмоциональную саморегуляцию; основы бесконфликтного общения. К внешним факторам относятся: культура речи и невербального общения.

*Внутренние факторы коммуникативной культуры специалиста по связям с общественностью:*

1. Знание и применение в профессиональной деятельности нравственных основ повседневной жизни: этикета различных жизненных ситуаций; характеристик положительных и отрицательных моральных качеств; элементов повседневной вежливости; чувства долга (верность + принципиальность + идейность + самоотверженность); дисциплинированности

(вежливость + правдивость + выдержка + терпимость); патриотизма (любовь к Родине + мужество (смелость + выдержка + самоотверженность) по защите и отстаиванию её интересов); доброты (выдержка + терпимость + вежливость + скромность + великодушие + благородство); толерантности (выдержка + терпимость + принципиальность); честности и др.

2. Знание процесса воспитания на основе общечеловеческих ценностей, умение заниматься самовоспитанием и семейным взаимовоспитанием при посредстве домашнего досугового центра (представляет синтез библиотеки, фонотеки и видеотеки со специально научно-методически отобранными – книгами, аудио и видеозаписями высокого духовно-нравственного содержания, аппаратурой для прослушивания и просмотра, необходимой мебелью).

Процесс воспитания на основе общечеловеческих ценностей представляет обогащение индивидуальности человека знаниями, как он должен жить и что он должен и не должен делать, а также развитыми положительными моральными качествами общечеловеческого идеала современной этики (бережливости, благородства, вежливости, великодушия, верности, выдержки, духовности, идейности, искренности, мужества, правдивости, принципиальности, самоотверженности, скромности, смелости, терпимости, трудолюбия, человечности, чувства нового, чуткости) с одновременным изжитием противоположных отрицательных (засайства, злословия, карьеризма, корыстолюбия, мещанства, распутства, скупости, ханжества, чванства, эгоизма, злорадства, грубости, вероломства, цинизма, лицемерия малодушия, высокомерия, трусости, туеядства, косности), – применёнными в повседневной жизни[3].

3. Эмоциональную саморегуляцию целесообразно осуществлять при посредстве развития навыков аутогенной тренировки и доведения формулы «Я совершенно спокоен» до немедленного исполнения в любой профессиональной ситуации.

4. Для бесконфликтного общения целесообразно руководствоваться следующими правилами: прямолинейность хороша, но не всегда; критика, но не критиканство; улыбка мало стоит, но дорого ценится; сказать правду тоже надо уметь; независимость, но не самоуверенность; настойчивость, но не назойливость; не ждите справедливости к себе, если Вы сами не справедливы; не переоценивайте свои способности и возможности; не проявляйте инициативу там, где в ней не нуждаются; больше доброжелательности; выдержка и спокойствие в любой ситуации[1].

#### *Внешние факторы*

1. Навыки и умения вербального общения. Высокий уровень культуры речи предполагает и непрерывное самосовершенствование техники речи. В этой связи следует обратить внимание на дикцию, силу голоса, тембр, темп речи и другие особенности собственной речи. Образцами для подражания в овладении техникой речи могут быть дикторы радио и телевидения, однако, необходимо развивать и собственную индивидуальность. Целесообразно использование отдельных аудио и видеозаписей домашнего досугового центра и их самоанализ, а также аудио и видеозапись своей речи и подробный самоанализ в дневнике самовоспитания.

Важнейший показатель речевой культуры профессионала – это богатый словарный запас, точность и образность фраз и выражений, это умение лаконично и просто сформулировать свою мысль. Специалист с высокой культурой речи отличается богатством словарного запаса, смысловой точностью выражений, соблюдением языковых норм произношения, образностью и точностью словоупотребления [1].

2. Навыки и умения привлекательности невербального общения. Лучший и самый совершенный жест тот, который не замечают слушатели, так как они увлечены содержанием речи оратора. Выразительный жест (слегка поднятая, как бы отрубаящая фразу, рука, сжатый кулак, быстрое, как бы овальное движение руки) могут дополнять и усиливать фразу, подчеркивать сформулированную оратором мысль [1].

#### *Библиографический список*

1. Андреев, В.И. Деловая риторика / В.И. Андреев. – Казань, 1993.
2. Асоев, Х.М. Освоение учащимися подросткового возраста общечеловеческих ценностей (на материале школ Таджикистана): автореф. дис.. канд.пед.наук. М., 1995.



3. Трофимчук, А.Г. Воспитание на основе общечеловеческих ценностей: монография / А.Г. Трофимчук. - Новочеркасск, 2009. – 170 с.

*Н.Н. Федосеева*

## **БЛОГИ КАК НОВОЕ СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ**

Современные граждане в процессе общения активно используют такое новое средство коммуникации, как блог (от англ. «blog» от «web log» - сетевой журнал или дневник событий). Сегодня блоги ведутся всеми активными интернет-пользователями.

Блог – это веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступать в публичную полемику с автором (в отзывах к блог-записи или в своих блогах). Блогерами называют людей, ведущих блог. Совокупность всех блогеров сети принято называть блогосферой.

В. Волохонский определяет блог как онлайн-дневник, размещенный в интернете и доступный для чтения всем желающим. Записи в блоге упорядочены по дням, в которые они были сделаны, многие блоги размещены на специально для этого предназначенных серверах в интернете. Наиболее популярный среди российских пользователей, на примере которого выполняется исследование, – Livejournal.com. Посетители блога могут оставлять комментарии к записям и заносить блог в свою «френд-ленту», в которой немедленно отражаются новые записи из внесенных туда блогов. Хотя тема блогов в средствах массовой информации обсуждается все более активно, в научной психологической литературе пока крайне мало текстов о блогах. Наиболее полная статья, посвященная русскоязычному сообществу на сервере Livejournal, его истории, особенностям развития, мотивации участников и перспективам, написана Евгением Горным – «Русский Livejournal: национальная специфика в развитии виртуального сообщества» (Gorny, 2004, на англ. яз.). Наиболее созвучное данной статье исследование было предпринято японскими исследователями в 1997 г. и отражено в статье «Ведение дневника в киберпространстве» (Kawaura, Kawakami, Yamashita, 1998).

Говоря об истории возникновения блогов, необходимо отметить, что по версии газеты «Washington Profile» первым блогом считают страницу Тима бернеса-Ли, где он, начиная с 1992 года, публиковал новости. Широкое распространение блогов началось с 1996 года. В августе 1999 компьютерная компания Pyra Labs из Сан-Франциско открыла сайт Blogger. Это была первая бесплатная блогговая служба. Впоследствии Blogger был выкуплен компанией Google. Компания Apple в конце 2004 года подала в суд на блогеров, которые рассказывали о ее новых товарах еще до того, как о них официально объявляла компания, и потребовала открыть источник утечки информации. В 2004 году было вынесено судебное решение о том, что блогеры обладают теми же правами по разглашению источников информации, что и журналисты.

В декабре 1998 года блог «Оттенки Серого» Муххамедова Сергея Эдуардовича получил от Россвязькомнадзора официальную регистрацию в качестве средства массовой информации.

С ростом популярности блога как нового средства коммуникации появляются конкурсы на наилучший блог в той или иной категории. С 2004 года международный конкурс на лучший блог проводит интернет-подразделение немецкой телерадиокомпании «Немецкая волна». Конкурс «Лучшие из блогов» организован среди блогов на семи языках: английском, арабском, испанском, китайском, немецком, португальском и русском.

Можно выделить ряд важных функций блогов: коммуникативная функция, функция самопрезентации, функция развлечения, функция сплочения и удержания социальных связей, функция мемуаров, функция саморазвития или рефлексии, психотерапевтическая функция и др. [1].

Профессор Гарвардской школы права Л. Лессиг так описывает сущность блогов и деятельность блогеров: «Есть такие, кто использует их для того, чтобы просто рассказывать о своей частной жизни. Но многие заняты тем, что читают публичные лекции, обсуждают вопросы общественной важности,

критикуют других за ошибочные взгляды, критикуют политиков за принятые решения, предлагают решения очевидных для всех проблем. Блоги создают ощущение виртуального вече. Вече особого, где мы необязательно надеемся собраться все сразу, где разговоры могут быть и несвязанными. Блоги являются, возможно, наиважнейшей формой несрежиссированного общественного полилога из всех, что мы имеем. Подобные вещи влияют на демократию. Это происходит потому, что «не приходится работать на кого-то, кто контролирует твои действия, на надсмотрщика». Это верно. Но это воздействует на демократию и иным образом. Все больше граждан выражают свое мнение и отстаивают его письменно, и это меняет отношение людей к вопросам общественной значимости. Несложно ошибаться внутри собственной головы. Гораздо труднее заблуждаться, когда плоды твоих размышлений открыты для критики со стороны. Конечно, редкий человек признает, что его убедили в собственной неправоте. Но еще реже встречаются люди, игнорирующие опровержения своих суждений. Публикация идей, споров и критики укрепляет демократию. Сегодня существует, вероятно, пара миллионов блогов, в которых это происходит. Когда их станет десять миллионов, родится уже нечто необыкновенное, о чем следует сообщить» [2].

Л. Лессиг называет блоги таким же важным инструментом современной американской демократии, как и выборы, он предсказывает, что для публичных людей умение вести блог «превратится в весьма значимое»; со временем повысится его значимость и для частных лиц. Данное мнение Л. Лессига сегодня наглядно подтверждает российская действительность: все общественные деятели – начиная от руководителей страны и заканчивая актерами, музыкантами, спортсменами, – активно ведут свои блоги.

Так, в настоящее время, большую популярность у населения получил видео-блог Президента России Д.А. Медведева, число зарегистрированных пользователей которого на февраль 2009 года превысило 10 тыс. человек (данные сайта <http://news.vl.ru>) (электронный адрес в Интернете - [www.blog.kremlin.ru](http://www.blog.kremlin.ru)). На данном сайте пользователи имеют возможность получить комментарии последних событий из всех областей современной жизни что называется «из первых рук» главы государства, поучаствовать в их всенародном обсуждении или вступить в публичную полемику с Президентом или другими пользователями видео-блога.

Таким образом, в настоящее время блоги являются новым средством коммуникации, набирающим популярность в современном информационном обществе.

#### ***Библиографический список***

1. Франселла, Ф., Баннистер, Д. Новый метод исследования личности / Ф. Франселла, Д. Баннистер. - М.: Прогресс, 1987.
2. Лессиг, Л. Свободная культура: Прагматика культур / Л. Лессиг. - М., 2007.

***Ю.С. Федулова, Т.Л. Михайлова***

### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ PR-СРЕДСТВ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В СФЕРЕ ЯДЕРНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ: МОДЕЛИ И АЛГОРИТМ ОЦЕНКИ**

Специалисты в области PR отмечают, что центральной проблемой деятельности является проблема эффективности. Она возникает при планировании конкретных программ и проектов, при их обосновании, при подведении итогов проведенной работы. Ситуация усложняется тем, что PR не предполагает сиюминутного результата, он ориентирован прежде всего на процесс, в ходе которого и происходят изменения.

Для преодоления энергетического кризиса Нижегородской области требуется строительство АЭС. Нижегородская общественность, с одной стороны, понимает необходимость и важность развития ядерной энергетики (ЯЭ), а с другой стороны, выражает опасения и страхи, которые вызывают социальную напряженность и активизируют деятельность общественных антиядерных движений.

Опыт Чернобыля, закрытость и секретность информации о ядерной сфере, непросвещенность широких слоев населения по данному вопросу не способствует

формированию благоприятных условий для эффективного развития ЯЭ. Необходимо целенаправленное управление коммуникацией и организация коммуникативного взаимодействия между представителями ядерной сферы и общественности, иначе существующее положение может привести к очередной консервации строительства АЭС.

Установление диалога и формирование нового образа ЯЭ целесообразно начинать с такой аудитории как подростки и студенты. Эта аудитория наиболее восприимчива к новой информации, легко обучаема, что позволяет создать у нее необходимое ядерное сознание. Сделать это возможно посредством турнира по дебатам как механизма диалога представителей ядерной сферы, школьников и студентов. Дебаты рассматриваются как PR-технология формирования коммуникативного пространства, с помощью которой, осуществляя аргументированное взаимодействие, представители нескольких противоположных точек зрения могут прийти к консенсусу.

В период с января по май 2008 года в НГТУ им. Р.Е. Алексеева прошел первый внутривузовский турнир студенческих дебатов по ядерной энергетике «Атомная Энергия. Споры». В мае состоялся финал турнира на тему «Строительство АЭС необходимо для развития Нижегородской области», на котором в качестве экспертов и судей выступали экологи и атомщики, в частности, представители Росатома, Опытного-конструкторского бюро машиностроения им. Африкантова (ОКБМ), Молодежного ядерного общества России (МОЯОР), руководство Института ядерной энергетики и технической физики НГТУ.

Для оценки эффективности проекта возможно применение модели Тульчинского: определение целесообразности, экономичности и результативности технологии дебатов. Целесообразность организации и проведения турнира подтверждается соответствием поставленной цели и решаемой проблемы. В ходе дебатов сформировано консенсусное коммуникативное пространство, в рамках которого студенты через самостоятельные исследования, консультации с экспертами и аргументированное отстаивание своих позиций смогли получить новую объективную информацию о преимуществах и недостатках ЯЭ, убедиться в ее безопасности, перспективности и необходимости строительства АЭС в Нижегородской области. Эффективность проекта подтверждает и его экономичность, при абсолютном достижении поставленной цели с учетом волонтерского труда, потрачено даже меньшее количество средств от заранее запланированной суммы. Что касается результативности турнира, то к участию в дебатах было привлечено 60% студентов-первокурсников, это соответствует запланированному числу участников; 92% студентов, что на 12% выше запланированного показателя, отметили, что в ходе дебатов получили новую для себя информацию о ядерной отрасли; произошло изменение мнение студентов в сторону положительного отношения к дальнейшему развитию ЯЭ и строительству АЭС.

Для определения эффективности PR-средств, в том числе и технологии дебатов, необходимо применять качественные и количественные методы. Качественный анализ помогает выявить различные характеристики отношения респондентов к ЯЭ, систему ценностей и убеждения целевой аудитории относительно предмета исследования. Количественные методы дают ответ на вопрос, какое мнение о ЯЭ является преобладающим, помогают выявить число людей, в сознании которых сформировалось определенное мнение. Этот метод подразумевает попытку определить количественные значения результатов качественного анализа.

При оценке эффективности использовался такой количественный метод как анкетный опрос. Опросы были проведены до и после турнира. И по результатам опроса можно увидеть, как и насколько изменилось мнение участников дебатов зрителей ЯЭ. Количество респондентов, которые изменили свое отношение к ЯЭ в сторону поддержки ее дальнейшего развития, к финалу увеличилось в два с половиной раза (до 82%). В шесть раз сократилось число противников ЯЭ (до 6%). Дебаты помогли убедить 62% студентов в том, что наиболее перспективным источником электроэнергии на настоящий момент является ЯЭ. Число студентов, которые выбрали этот ответ, увеличилось в два раза по сравнению с первым опросом. Несмотря на это, студенты называют ЯЭ и самым опасным источником (46%). Но положительная динамика все же проявляется в сокращении к финалу таких опасений на 10%.

Анкетирование также показало эффективность дебатов в увеличении числа сторонников строительства новых АЭС в непосредственной близости к территории проживания респондентов. Так, поддержать строительство АЭС в Нижегородской области до проведения дебатов не был готов ни один студент, однако, после участия в турнире по дебатам на тему ЯЭ в пользу АЭС высказался уже каждый второй респондент. Тот факт, что пока не определилась в своей позиции по этому вопросу четверть опрошенных, является подтверждением необходимости дальнейшего открытого и достаточного информирования общественности о ядерной отрасли.

Турнир по дебатам показал свою эффективность не только как способ изменения общественного сознания, но и как инновационный образовательный метод в работе с молодежью. Студенты отметили, что в процессе турнира узнали что-то новое для себя. Половина студентов высказала желание принять участие непосредственно в работе команд на дебатах. К тому же подавляющему большинству участников дебатов такой метода обучения понравился. Итоги опроса позволяют сделать вывод об эффективности дебатов как технологии управления коммуникацией.

Для выявления изменений эмоционального отношения, выявления ценностных характеристик необходимо использовать качественные методы. При оценке турнира использовался фильм, который отразил изменение эмоционального состояния и явился средством поддержания интереса к теме. Видеоролик зафиксировал динамику изменения отношения студентов к проблеме: на смену сомнению участия в дебатах приходит интерес, сопровождающийся участием в дискуссии и наконец, выбором собственной позиции. К финалу турнира равнодушных зрителей не осталось.

При оценке следующего турнира планируется проведение анализа эссе участников дебатов, которое поможет выявить характеристики ЯЭ, сложившиеся в сознании аудитории, а также применение метода семантического дифференциала, позволяющего описать субъективные отношения респондентов к ЯЭ и дебатам.

Таким образом, для определения эффективности PR-средств, получения наиболее полного объективного результата, помимо традиционных моделей оценки, необходимо комплексное применение различных качественных и количественных методов.

*Е.А. Цветкова*

## **ПОСРЕДНИЧЕСКИЙ РЕСУРС PR**

Одним из прорывов в сфере научно-практического знания середины XX века стала институционализация идеи о необходимости управления конфликтами всех уровней, с целью их предотвращения, минимизации рисков и угроз.

Ситуация формирования этой установки (недавнее окончание второй мировой войны и обострение движения социального протеста в Европе), невольно сформировала управленческую парадигму в виде признания нормативности силового воздействия на конфликт со стороны управляющего субъекта для ограничения деструктивного потенциала конфликта, понимаемого как силовое динамическое взаимодействие конфликтующих сторон по поводу дефицитного ресурса. Вследствие чего конфронтационные стратегии участников конфликтов негласно были взяты на вооружение организационным менеджментом, дипломатией и бизнесом.

К началу XXI века этот подход окончательно доказал свою неэффективность и наметился процесс поиска альтернатив силовой парадигме управления конфликтом в виде гуманистической альтернативы, получившая название «менеджмент согласия» (МС). В настоящее время МС представляет собой комплекс гуманитарных, неюридических способов управления кризисами и конфликтами, в структуру которых входят консультационные и посреднические действия управляющих субъектов различного уровня, объединенных единством онтологических оснований их действий и стратегических методов управления конфликтами. МС исходит из того, что целевое и заинтересованное выявление и последующая работа с

позитивными и синергийными приоритетами (целями, интересами, ценностями) субъектов, вовлеченных в конфликт, соответствует явным или скрытым интересам самих сторон, стоит только создать условия для преодоления структурного дисбаланса и выбора диалогической траектории развития взаимоотношений.

Генеральная идея, объединяющая психологическую, коммуникативную и организационную ветви МС, заключается в приоритетности ориентации управления конфликтами через восстановление нарушенных конфликтом нормальных коммуникаций сторон, продемонстрировать им конструктивную перспективность переориентации собственных установок и вытекающую из этого возможность изменения модального отношения к объекту конфликта, его предмету и оппоненту по конфликтной коммуникации.

Смена управленческих парадигм определяет и стратегическую логику процесса завершения конфликта: от преодоления позиционного дефицита как предпосылки и возможности завершения конфликта через процесс организации и осуществления диалога сторон и субъектов микро- и макросреды к решению сторонами проблемы ресурсного дефицита добровольно, то есть несиловыми методами. Процесс управления консенсусом как предпочтительным итогом конфликтного взаимодействия открывает, таким образом, новые горизонты востребованности в структуре МС и посреднического ресурса PR.

PR как теория и практика косвенного, слабого коммуникативного воздействия как никакая другая модель коммуникации соответствует целям и средствам МС. Отмечая этот факт, один из основателей отечественной теории PR Г.Г. Почепцов сравнивал его ресурс в области урегулирования и решения конфликтов с медикаментозным лечением, отстраиваясь тем самым от радикально-силового (хирургического) подхода. Силовое воздействие направлено на количественное решение проблем конфликта («ресурсный дефицит»), тогда как ориентированные коммуникации (модель, представляемая PR), вариант слабого коммуникативного воздействия (так как учтены личные, собственные интересы управляемого субъекта), порождающего мощные результаты в виде готовности людей, которые услышаны, открыться диалогу и самим выбрать траекторию и темпы выхода из конфликтного тупика («позиционный дефицит»). Силовое управляющее воздействие на конфликт (подавление, прекращение, уход) – монологично, так как будучи основано на административном ресурсе, линейно, лишает конфликтантов возможности, выбора коммуникативных альтернатив (конфронтация или сотрудничество), тогда как косвенное, слабое, коммуникативное воздействие (посредничество и переговоры) создают условия для такого добровольного, осознанного и искреннего выбора [2].

К коммуникативным стратегическим методам PR в структуре МС относится обеспечение управляющим субъектом конструктивного коммуникативного процесса через нейтрализацию коммуникативных помех и структурирование конфликтной коммуникации, тогда как к информационным методам относится организация и диагностика состояния информационных потоков как в рамках конфликтной ситуации, так и за ее пределами, обеспечение бесперебойности трансляции информации и ее адекватности коммуникативным стратегиям оппонентов.

Тема посреднического ресурса PR все чаще становится предметом публикаций в журналах для практикующих PR–специалистов. Однако по-настоящему этот ресурс еще не оценен и технологически не проработан, что связано с целым рядом мифов и просто заблуждений, вытекающих из чрезмерно амбициозных представлений о прагматических целях PR и объектах его влияния.

#### *Библиографический список*

1. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г.Г. Почепцов – М.: ЦЕНТР, 1998. – С.227.
2. Светлов, В.А. Конфликт: модели, решения, менеджмент / В.А. Светлов. – СПб.: Питер, 2005. – С.125.

## К ВОПРОСУ О МАНИПУЛЯТИВНОЙ ПРИРОДЕ PUBLIC RELATIONS

Статья посвящена проблематике определения места PR-профессии в системе отношений власти. Идея материала заключается в том, чтобы, разведя понятия «власть» и «влияние», и обратившись к различению *директивного* (основанного на обладании властью) и *манипулятивного* (основанного на ресурсе влияния) управления, уточнить вопрос о коммуникативной сути PR-профессии.

Если мы обратимся к большинству учебников по пиару (в которых, по большей части, фиксируются *устоявшиеся* представления о профессии), мы обнаружим, что понятие «PR-менеджмент» является одним из базовых для этой сферы, а указание на PR-деятельность как одну из функций менеджмента – практически неоспариваемым. Многие авторы монографий и статей по тематике пиара полагают, что public relations – составная часть менеджмента, и PR-специалисты призваны выполнять одну из управленческих функций в организации. Между тем, имеет смысл задаться вопросом: действительно ли PR уместно относить к области менеджмента? В самом общем виде логика ответа представляется следующей.

*Менеджмент* имеет своим основанием *власть*. Соответственно, необходимо обратиться к содержанию этого понятия.

В политологической литературе имеется огромное количество трактовок содержания термина «власть», от эпохи античности и до наших дней.

Существо дела заключается в том, что *если* PR-деятельность – составная часть системы *менеджмента*, то тогда, согласно данной логике, управление со стороны PR-специалиста является *директивным*. Он волен *командовать* людьми. Однако так ли это на самом деле? И что скрывается за, по сути дела, *догмой* о PR-деятельности как функции менеджмента?

Согласно влиятельным в англо-саксонской политологии воззрениям П. Блау, власть представляет собой атрибут обмена ресурсами [1]. Индивид имеет власть над другим индивидом, когда этот последний находится в постоянной зависимости от него и при этом нуждается в определенных благах, которые не может получить в другом месте. Обладатели таких дефицитных ресурсов, как, например, знания или деньги, могут трансформировать их во власть, обменивая их на желаемое поведение. Поэтому борьба между людьми – это, в первую очередь, борьба за власть и ее перераспределение.

Другое базовое понятие – «влияние». Так, в одном из многочисленных, репрезентативных материалов по этой теме говорится следующее: «Влияние – это поведение одного человека, которое вносит изменения в поведение другого. Власть – это возможность влиять на поведение других» [2].

Можно согласиться с утверждением известного российского исследователя проблематики кратологии (науки о власти) В. Г. Ледяева: «Недостаточное внимание к концептуальным проблемам привело к тому, что «властью» начали называть любые явления и события, хоть как-то связанные с воздействием одних людей на других или со сферой политики в целом. Мало кто обращается к анализу области и пределов применения понятия, его содержательной специфики и места в общей понятийной структуре. В результате «власть» стала практически неотличимой от «влияния», «принуждения», «управления», «силы», «господства», «авторитета», «контроля», «дисциплины» и др.» [3, с. 97]. Сам В. Г. Ледяев склоняется к диспозиционному подходу в определении термина «власть» и предлагает такое решение: «Власть – это *способность* субъекта оказать воздействие на объект. Если субъект не обладает данной способностью, он не обладает властью» [3, с. 102].

Применительно к пиару именно достаточно строгое различение понятий «власть» и «влияние» даёт возможность подойти адекватно к определению роли и места PR-специалиста (PR-службы) в системе профессионального разделения труда в структуре общества.

Изучение обширного корпуса материалов по этой проблематике привело автора настоящей статьи к следующим выводам.

Во-первых, мы должны строго различать понятия «власть» и «влияние» как близкие, но, тем не менее, решающим образом не совпадающие по своему содержанию. Лишь в их совокупности мы можем определить всё многообразие неравновесных отношений между людьми.

Во-вторых, проведя максимально строгим образом такое различие, мы можем выяснить специфику отношений власти-влияния в различных сферах – в частности, в области public relations.

Власть – *отношение* между минимум двумя людьми, основанное на доступе *одной из сторон* к таким *ограниченным ресурсам*, которыми в данной связи не располагает другая сторона, и которые позволяют ей *потребовать* от этой другой стороны выполнения определённых действий.

Влияние – *отношение* между минимум двумя людьми, основанное на доступе *одной из сторон* к таким *ограниченным ресурсам*, которые *не позволяют потребовать* выполнения чего бы то ни было, но которые, тем не менее, позволяют этой стороне *воздействовать на решение* другой стороны данного отношения.

Соответственно, у власти и влияния различные основания. Этими основаниями являются те или иные *ограниченные ресурсы*. Основания власти – социальный статус; физическая сила (насилие); традиции (власть традиций длится до тех пор, пока они существуют в массовом сознании). В конечном счёте, *всякая* власть основана на *возможности* использования физического насилия, а всякий статус – на возможности использования *государственного* насилия. Статус даётся его носителю государством (обществом). Благодаря этому статусу обладатель его имеет доступ к санкциям или поощрениям тех, кто обладает подчинённым статусом. За силой всякого статуса стоит сила государства (корпорации, сообщества).

Оснований *влияния* больше, нежели у власти. Среди них можно выделить такие, как: финансовые ресурсы; авторитет человека в данной сфере деятельности; информация (знания); личные психические способности (возможности) – «личный магнетизм» («харизма» и т. п.); психологическая зависимость одного человека от другого и т. д.

Какие теоретические выводы следуют из указанного различия?

Основной из них состоит в том, что PR не является составной частью менеджмента. В то время как отношения манипуляции, влияния выдаются за *властные* отношения, у PR-специалиста нет подчинённых, кому он имеет право приказывать, нет рычагов *административного* давления на них. Public relations не принадлежат к сфере *директивного* управления. Зато к области *манипуляций* связи с общественностью относятся целиком и полностью. PR-специалист должен владеть всем богатейшим манипулятивным инструментарием, разработанным к настоящему времени в самых разных областях деятельности.

Конечно, термин «PR-менеджмент» звучит гораздо привычнее, социально (и психологически) более приемлемо, нежели «PR-манипуляция». Однако нет никакой необходимости делать второй термин массовым, искусственно придавать ему социально одобряемый смысл – достаточно того, чтобы у самого PR-сообщества не было иллюзий относительно сути этой профессии. PR по своей сути не «стратегия доверия», вопреки уверениям французского мэтра джентльменского, политкорректного пиара Ф. Буари [3], не «функция управления», не «средство гармонизации интересов организации и общественности», а средство *манипуляции*, использующее СМИ, это одна из форм скрытой рекламы. Формирование доверия, безусловно, задача PR'a – но он не является каким-то исключением: *все остальные способы продвижения* точно так же нацелены на создание атмосферы доверия к данной организации (или её продукции, или к публичной личности).

Когда мы помещаем PR в такого рода контекст, теряется его мистика, исключительность; он становится прозрачно-понятным, ибо вскрывается его рекламно-манипулятивная суть: он призван обеспечить заинтересованное внимание целевых аудиторий (посредством масс-медиа).

Как результат, целевые группы получают не лобовую атаку *прямой рекламой*, а обходной манёвр поведенной средствами массовой информации *истории*, рассказанной в телепередаче, интервью или новостном сюжете.

Подводя итог, можно сказать следующее: понятие «PR-менеджмент» является крайне неточным для выявления сути PR-профессии; оно принуждает мыслить в категориях *директивного* управления людьми, в то время как по своей сути PR-деятельность сводится к управлению совершенно иного типа: управлению *манипулятивному*. А это заставляет искать пути гораздо более тонкого, изощрённого, сложного управления социальной реальностью со стороны PR-специалиста, чем в том случае, если считать данную профессию составной частью «организационного менеджмента».

#### **Библиографический список**

1. Дроздова, А. М. Основные подходы к определению понятия власти // <http://roman.by/r-78464.html>
2. Ледяев, В. Г. Власть: концептуальный анализ // Полис, 2000, № 1. – С. 97-107.
3. Буари, Ф. Паблик рилейшнз, или Стратегия доверия / Ф. Буари. – М.: Инфра-М, ИМИДЖ-Контакт, 2001. – 178 с.

**К.Э. Кобышанова**

### **ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-PR НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ «МАГНИТ» И «ПОЛУШКА»**

Мир динамично развивается, прогресс не стоит на месте и с каждым новым этапом развития общества человек овладевает инструментами, помогающими повысить ему эффективность деятельности, которой он занимается. Сейчас ни для кого не секрет, что грамотно применяемые PR-технологии являются гарантом успешного бизнеса. PR есть не что иное, как коммуникационный инструмент компании, направленный на создание и укрепление желаемого образа фирмы в глазах общественности. Наибольший интерес на данном этапе развития PR-технологий представляет PR в сети Интернет. Данное направление является молодым и весьма перспективным, учитывая скорость виртуализации мирового сообщества. Существует несколько основных видов PR посредством Интернет: корпоративный сайт; реклама и публикации в подписных почтовых рассылках; публикация новостных заметок и пресс-релизов; аналитические статьи, интервью; анонсы мероприятий: собраний, конференций, семинаров, выставок, форумов; он-лайн пресс-конференции; форумы, блоги.

В ходе подготовки нами был проведен анализ вторичной информации, что позволило выявить характеристики торговых сетей «Магнит» и «Полушка».

На сегодняшний день сеть магазинов «Магнит» является крупнейшей на территории России. На 31 декабря 2009 года в компании действуют 58 филиалов, в которых по состоянию на 31 декабря 2009 года работает около 76 тысяч сотрудников. Благодаря использованию региональных распределительных центров ОАО «Магнит» удалось наладить эффективную систему логистики. В составе компании действуют 9 собственных распределительных центров, на которые приходится порядка 78% всего товарооборота. Ежедневно в сети «Магнит» совершают покупки около 750 тысяч человек. По состоянию на 31 декабря 2009 г. в ассортименте ОАО «Магнит» насчитывалось около 530 наименований товаров под собственной торговой маркой, что составляет 15,00% в ассортименте и 12,28% в общем объеме продаж. Сеть универсамов «Полушка» ЗАО «Форвард» - одна из крупнейших розничных сетей Республики Башкортостан. В настоящее время она насчитывает 116 магазинов, 87 из которых расположены в Башкортостане, в том числе 36 магазинов в г. Уфе. Ещё 22 магазина расположены в Оренбургской области и 7 в г. Нижнекамске Республики Татарстан. Ежедневно в торговой сети «Полушка» совершают покупки более 250 тысяч человек. Высокое качество представленной продукции, широкий ассортимент и доступные цены, за которые «Полушку» полюбили покупатели, обеспечены тесным сотрудничеством компании с местными



товаропроизводителями. В сети представлена продукция более 100 предприятий Башкортостана.

Чтобы проанализировать эффективность PR-методов, применяемых исследуемыми компаниями, попробуем представить себя на месте простого пользователя Интернет, желающего определиться с выбором торговой сети, в которой он будет совершать покупки. Для чистоты эксперимента абстрагируемся от знаний о данных торговых сетях. Предположим, что нам известно лишь их название. Итак, разобьем наш простейший анализ на пять шагов.

Шаг первый. В четырех крупнейших поисковиках (mail.ru, Google, Rambler, Яндекс) введем поочередно названия торговых сетей. Шаг второй. Ознакомимся с содержанием официальных сайтов торговых сетей «Магнит» и «Полушка» Шаг третий. В тех же поисковиках ознакомимся с мнениями покупателей Магнита и Полушки. Шаг четвертый. В поисковых системах проанализируем мнения сотрудников исследуемых торговых сетей. Шаг пятый. Ознакомимся с содержанием пресс-релизов и новостей сетей «Магнит» и «Полушка» Напротив каждого шага отметим свое впечатление. Занесем данные мини-анализа в таблицу, представленную далее.

*Таблица*

**Выявление впечатления/отношения пользователя о компании в результате коммуникационного взаимодействия посредством Интернет**

	<b>«Магнит» (ЗАО «Тандер»)</b>	<b>«Полушка» (ЗАО «Форвард»)</b>
<b>Шаг первый – «поисковик»</b>		
1. mail.ru	1	0
2. Google	0	0
3. Rambler	1	1
4. Яндекс	1	1
<b>Шаг второй – «официальный сайт»</b>	1	1
<b>Шаг третий – «отзывы покупателей»</b>	0	1
<b>Шаг четвертый – «отзывы персонала»</b>	-1	1
<b>Шаг пятый – «новости»</b>		
1. mail.ru	-1	-1
2. Google	-1	1
3. Rambler	-1	1
4. Яндекс	-1	1
<b>Итого:</b>	<b>-1</b>	<b>7</b>

Торговая сеть «Полушка» успешно использует Интернет PR, и эффективно осуществляет деятельность, направленную на поддержание положительного имиджа компании, грамотно сглаживает негативные последствия отрицательно-настроенных публикаций.

Торговая сеть «Магнит», в связи с отсутствием эффективного мониторинга, столкнулась с двумя проблемами. Первое - это форумные слухи, второе – это отрицательно настроенные публикации. Ситуация с «Магнитом» достаточно интересная и требует рассмотрения. Суть отрицательных публикаций состоит в том, что торговая сеть «Магнит» была обвинена ФАС РФ в действиях, противоречащий антимонопольному законодательству. Статьи на этот счет поисковые системы выдают в первой десятке ссылок при вводе «Торговая сеть Магнит». Магнит был вынужден сделать заявление о принятых мерах в отношении действий, послуживших созданию монополии. Но, тем не менее, это робкая попытка компании сгладить негативные последствия публикации не достигла ожидаемого эффекта. Вернемся к первой проблеме – к форумным слухам, а точнее, к «отзывам персонала» Здесь мы наблюдаем

катастрофическую ситуацию. После проведения анализа (уточним, что данный шаг получил оценку “-1”) нами было посещено 4 форума, в которых одной из тем обсуждений являлась работа в «Магните». Мы не станем приводить примеры тех высказываний, которые звучали в адрес компании. Скажем лишь только то, что если бы в интернете не существовало никакой другой информации о сети «Магнит», то компания не смогла бы превратиться в крупнейшую сеть России. Печален тот факт, что со многими высказываниями, затрагиваемыми сотрудниками «Магнита» при обсуждении на форумах, трудно не согласиться. Последнее время компания, в частности, магазины, располагающиеся на территории города Оренбурга, вызывают у населения крайнее недовольство. Речь идет о низком уровне обслуживания клиентов в сети магазинов «Магнит». Клиенты торговой сети неоднократно жалуются на ужасное обслуживание, на постоянную грязь, хаотичность ценников, которые крайне редко совпадают с продукцией над ценником, на отсутствие корзин самообслуживания, которые приходится выискивать по магазину, на грубость сотрудников и т.д. Вывод напрашивается сам собой. Прежде чем проводить PR-стратегию в жизнь, необходимо разобраться с внутренней системой обслуживания клиентов.

Таким образом, необходимо отметить, что Интернет-PR, впрочем, как и любые другие PR-технологии, может принести компании успех, т.е. положительно повлиять на ее деятельность, но он же может нанести вред. Ко всему, особенно к тому, что касается имиджа компании, необходимо подходить с великой осторожностью, иначе можно не только распугать всех клиентов, персонал, но и в самом худшем случае обанкротится.

## Секция 2

# ТУРИЗМ, СЕРВИС И КОММУНИКАЦИИ

**Председатель:** В.А. Голубев, член-корреспондент РАЕН, кандидат исторических наук, доцент кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации»

**Заместители председателя:** М.Н. Добровор, кандидат исторических наук, доцент кафедры «История и документоведение»

О.А. Худякова, кандидат социологических наук, ст. преподаватель кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации», замдекана ФКТ по безотрывным формам обучения

**Ответственный секретарь:** О. Иванова, студентка ФКТ

*В.А. Голубев, Усио Маеда*

### МАРКЕТИНГ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И ОБСЛУЖИВАНИЯ ЯПОНСКИХ ТУРИСТОВ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

По прогнозам исследователей обсуждаемой проблемы, в ближайшие десятилетия темпы роста туризма сохранятся, а к 2020 году число международных туристских путешествий возрастет до 1,561 млрд поездок. В составе этой значительной массы «вечных странников» уверенно возрастает число японских туристов. В стране «восходящего солнца» ежегодно увеличиваются темпы развития выездного туризма и в 2008–2012 гг. предполагается ежегодный выезд около 30 млн японских туристов. Эти данные вполне достоверны, поскольку уровень жизни в Японии возрастает с каждым годом, несмотря на различные кризисные явления в мире или в собственной экономике.

В традициях японцев индивидуальные или групповые туристские поездки занимают одно из первых мест в системе отдыха и развлечений. Они прекрасно воспринимают любые «странности» сервиса, однако в подобные ситуации категорически не возвращаются. В мировой практике туризма и сервиса путешественников из далекой Японии воспринимают как весьма привлекательных клиентов. Чаще всего, независимо от возраста – молодые или пожилые, все хотят многое увидеть, хорошо отдохнуть, вкусно поесть и купить приличное количество сувениров для родственников, друзей или коллег по работе. При этом японские туристы тратят достаточно приличные суммы, чем существенно отличаются от других иностранных туристов. Сегодня не является большим секретом, что в туристском бизнесе японские туристы оцениваются как «объект» борьбы за привлечение их в тот или иной туристский регион мира.

Начиная с 90-х годов уже прошлого XX века в освоенный туристский блок заграничных путешествий японских туристов начинает вписываться Россия. Статистика поездок японских туристов в российские регионы неумолимо доказывает, что туристская привлекательность отечественных регионов медленно возрастает: с начала 90-х гг. и до 2008 г. общий рост увеличился до 0,4%. При этом отчетливо проявилась географическая направленность поездок японских туристов по России. Следует отметить, что они пока предпочитают приобретать комплексные туры по регионам Дальнего Востока и Сибири, хотя все чаще и чаще появляются в европейских регионах России. По личному мнению одного из авторов настоящей публикации, который уже много лет посещает Россию в качестве участника научных туров, его японские коллеги оценивают Россию как страну перспективную для разнообразных туристских поездок.

Большие возможности привлечения японских туристов в российские регионы заложены в колоссальном потенциале отечественного культурно-познавательного туризма, особенно в

исторических городах центральной России. Маркетинговые исследования свидетельствуют, что путешественники из Японии все чаще стали появляться на маршрутах «Золотого кольца России», где их привлекает хорошо организованная социальная и туристская инфраструктура, набор туристских услуг, приличный уровень информации для различных потребителей: молодежи, семейных пар, деловых путешественников. Указанный регион имеет прямое отношение к обсуждаемой в настоящей публикации проблеме: он территориально близко расположен к Нижнему Новгороду, тем более что планируется вхождение Нижнего Новгорода в маршруты «Большое золотое кольцо России» и «Великий Волжский путь».

Какое количество японских туристов, которые, по меткому выражению одного из авторов данной публикации, «путешествуют по миру с полными карманами денег и тратят значительно больше других иностранных туристов», посетят красивый старинный город на Волге – Нижний Новгород, зависит от многих предпочтений, учитываемых при выборе маршрута.

Маркетинговый анализ возможностей привлечения и обслуживания японских туристов в Нижнем Новгороде с учетом опыта многолетней практики туроперейтинга соавторов публикации, показывает, что значительную роль при выборе маршрута гостей из Японии сыграют следующие основные факторы. Экономический (высокий уровень комфорта обслуживания), политический (стабильность и безопасность пребывания в столице Приволжья), этнический (народное искусство, культура, промыслы, экзотический шоппинг в региональных туристских и торговых центрах).

Определенную роль в выборе маршрута играет наличие в Нижнем Новгороде Японского Центра, на базе которого проводятся различные мероприятия в области бизнеса, культуры, образования. При Японском Центре проводятся конгрессные встречи бизнесменов, действуют курсы японского языка, клубы изучения национальной истории и культуры, молодежные объединения. Преподаватели курсов могут оказать услуги гидов-переводчиков или подготовить информационные материалы на японском языке, что приветствуется туристами из Японии, особенно на экскурсиях или при посещении музеев. Достаточно часто при Японском Центре в Нижнем Новгороде группируется японская молодежь, выезжающая за границу в образовательные или учебные экскурсионные туры. Заметим, что расходы на подобные поездки составляют значительные суммы (до 600 тыс. иен), что порой превышает деловые поездки или свадебные туры.

В качестве предпочтительных возможностей привлечения японских туристов в Нижний Новгород отметим наличие в городе уникальных исторических и архитектурных достопримечательностей: нижегородский кремль, здания ярмарки, банка на Большой Покровке, комплексы церквей, монастырей, купеческих палат. Различные услуги, начиная от размещения, питания, развлечений соответствуют стоимости, что не заставит японских туристов нарушать принцип, хорошо известный в международном туризме – «чем дешевле, тем лучше». Учитывая традиционно короткие отпуска в Японии, сроки пребывания гостей в городе составляют 2-4 дня, однако при этом сохраняется качество обслуживания, соответствующее высокой стоимости. За это время пребывания туристы могут побывать на экскурсиях в местах жизни и деятельности популярного в Японии русского поэта А.С. Пушкина, а также узнать о пребывании в Нижнем Новгороде А.П.Чехова. Для обслуживания японских туристов в Нижнем Новгороде и его пригородах вполне достаточно высокотехнологичных отелей: «Волна», «Александровский сад», «Дивеевская слобода», «Чайка», в которых имеются все возможности для поддержания модели поведения гостей, их вкусов и предпочтений.

Изучение доступных источников свидетельствует, что российско-японские отношения в туристской сфере в последние годы несколько активизировались. На международном туристском рынке успешно сотрудничают крупные рецептивные туроператоры двух стран. Для Нижегородского региона знаменательным событием в деле развития туристских связей с японской стороной являются неоднократные поездки делегаций на уровне областной и городской администраций в крупные деловые и туристские центры Японии.

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Туристическая индустрия занимает ведущее место в мировой экономике, являясь одной из самых высокодоходных сфер для развития бизнеса. В то же время эта отрасль имеет огромное социально-политическое значение, где тесно переплетаются интересы культуры и здравоохранения, безопасности и международных отношений, экологии и образовательного уровня населения. Без преувеличения можно утверждать, что решение важной социально-экономической задачи – повышение качества жизни людей – во многом зависит от состояния туристической индустрии.

К сожалению, в России, несмотря на то, что страна располагает богатым природным потенциалом, туристический рынок обладает низкой конкурентоспособностью. Количество въезжающих в Россию туристов крайне невелико и составляет порядка 2 млн в год. Для сравнения, Франция ежегодно принимает более 70 млн туристов, Испания – почти 60 млн, Италия – более 35 млн[1]. По данным Росстата за первые шесть месяцев 2009 г. количество иностранных туристов, прибывших в Россию, сократилось на 136,2 тыс. (15,3%) по сравнению с аналогичным периодом 2008 года [2].

В условиях экономического кризиса уменьшился и выездной туристический поток из России: в 2009 г. снижение составило 15,5% или 1758,5 тыс. чел. (данные за первое полугодие). Странами лидерами по прибытиям российских туристов стали Египет – 699,8 тыс. чел. и Турция – 642,8 тыс.чел. Однако по сравнению с прошлым годом и здесь наблюдается отрицательная динамика – соответственно 8% и 18,5%.

Самый большой прирост туристического потока из России показал Израиль. Благодаря отмене виз количество поездок из России за первые шесть месяцев 2009 г. увеличилось по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года на 63%, составив 56,4 тыс. поездок. Второе место по росту прибытий россиян – 36% – занимает США. Увеличение поездок в эту страну обусловлено приемлемой ценой туристических пакетов из-за низкого курса доллара к евро и наличием специальных предложений гостиниц и авиакомпаний. Кроме этого положительно сказалась отрегулированная процедура получения американской визы. На третье место по росту российского турпотока вышла Доминиканская Республика. Специалисты связывают прорыв с доступностью турпакетов по цене и расширением рамок сезона, т.к. Доминикана, традиционно являясь зимним направлением, стало активно продвигаться и как летнее направление.

Согласно данным Федерального агентства по туризму по состоянию на конец сентября 2009 г. количество туроператоров в России по сравнению с аналогичным показателем на конец мая 2008 г. снизилось почти на 6,3% и составило 4248 предприятий, в том числе работающих в сфере внутреннего туризма – 1811 [3]. В условиях кризиса серьезные трудности испытывает и гостиничная индустрия. Для гостиничной индустрии экономический кризис означает замедление развития вследствие заморозки или продления сроков реализации ряда проектов. Проблемы развития гостиничной индустрии усугубляются изношенной материально-технической базой. В настоящее время около половины гостиниц в нашей стране относятся к некатегорийным [5].

По мнению специалистов Федерального агентства по туризму, экономический кризис неоднозначно отразился на состоянии туристической индустрии, и наряду с отрицательными тенденциями имеют место и положительные, обусловленные ростом внутреннего туризма. Так, в 2008 г. емкость внутреннего туристического рынка составила около 32 млн чел., что на 16% больше, чем в прошедшем году [6]. В отдельных регионах произошел более значительный рост. К примеру, в Республике Кабардино-Балкария количество туристов увеличилось на 23% по сравнению с прошлым годом, в Республике Адыгея – на 32% [7].

В 2009 г. на развитие туризма в России было выделено 229 млн руб., что на 15% меньше, чем в 2008 г. Часть этих средств направлена на популяризацию туристических возможностей России в других странах и на участие в международных выставках.

Из регионов, где успешно развивается туризм, отмечены Краснодарский край и район Кавказских Минеральных Вод. В сезоне 2009 г. хорошо себя показали Алтайский край, Иркутская и Тюменская области. Развивается и средняя полоса России. Недавно в городе Плесе Ивановской области прошло совещание по вопросу оценки возможностей развития яхтенного туризма и изучения туристского потенциала города. Этот небольшой волжский город может стать базовым центром речного яхтенного туризма. В последние годы стали активно развиваться горнолыжные комплексы. Сейчас в России насчитывается более 160 горнолыжных курортов. Кроме известных на Кавказе, работают курорты в Магадане, на Сахалине, на Урале, в Красноярске, в Мурманской области и др..

В настоящее время государство принимает существенные меры для стимулирования развития туристической индустрии в России. Реализация Федерального закона «Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» будет способствовать росту туристского потока в Краснодарский край и в Россию в целом.

Финансирование государством работ по созданию объектов туристической инфраструктуры, обеспечение перспективных регионов транспортными и инженерными коммуникациями, установление благоприятного экономического режима являются важными факторами для привлечения инвестиций и эффективного развития туристической индустрии в России.

#### ***Биографический список***

1. Туристический портал «В отпуск. ру»: туризм, отдых и путешествия// Режим доступа: <http://www.votpusk.ru>.
2. Электронная газета «РАТА-ньюс» // Режим доступа: <http://www.ratanews.ru>
3. Официальный сайт Федерального агентства по туризму. Итоги внесения сведений о туроператорах в Единый федеральный реестр туроператоров //Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/news/877.smx>
4. Менеджмент в гостиничном бизнесе. Антикризисный менеджмент гостиничных сетей//Режим доступа: <http://hotelline.ru/management>
5. Российские туристы из-за кризиса меняют географию отдыха //Российская газета – Федеральный выпуск №4918 (94) от 27 мая 2009 г. // Режим доступа: <http://www.rg/gazeta/2009/05/27.html>.
6. Количество туристов в этом году уменьшилось на четверть //Российская Бизнес-газета – №710 (26) от 14 июля 2009 г.//Режим доступа: <http://www.rg/gazeta/2009/06/14.html>.
7. А.Добровольская. Время новых возможностей. // Российская газета – Экономика №4869 от 18 марта 2009 г. // Режим доступа: <http://www.rg/gazeta/economika/2009/03/18.html>.

***Кацухико Кияма***

#### **ПРОГРАММНЫЕ ТУРЫ КАК ПОПУЛЯРНЫЙ ВИД НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В РЕГИОНАХ ВОСТОЧНОЙ АЗИИ**

В молодёжной научной среде Японии традиционно большой популярностью пользуются программные туры как по территории своей страны, так и по различным регионам мира. Подготовка и проведение программных туров имеют в Японии давние традиции, связанные с совершенствованием профессиональной деятельности или выполнением поручений людей, старших по возрасту, более знатных по положению в обществе. Японцы очень любят путешествовать, каждый год около 15 млн человек выезжают за границу в США, Германию, Австралию, Китай. В последние годы особый интерес вызывают туры в Россию, мои земляки

предпочитают поездки по территориям Дальнего Востока, Сибири и несколько меньше по европейской части страны.

Основой выездных программных туров часто является научная работа по исследованию российских памятников истории, культуры, природных объектов или природно-антропогенных участков территорий, на которых разворачивались события русской истории. Эти регионы России имеют длительные этнокультурные связи с Восточной Азией, а также являются своеобразным «мостом», по которому на Японские острова продвигались ранние островные переселенцы.

За последние 10 лет автору приходилось неоднократно пользоваться практикой программных туров, первый из которых пришелся на время обучения в Университете Цукубо. В 1997 году для завершения выпускной квалификационной работы состоялась моя поездка в Сахалинский государственный университет, где за 6 месяцев пребывания удалось собрать большой объем научных материалов по островной археологии. Программный тур включал разнообразные экскурсии, участие в совместных научных исследованиях. Так, в ходе изучения на археологическом участке Охотска, мы ознакомились с материалами, имеющие аналогии с культурой Мохэ, что уже тогда подтвердило нашу концепцию о формировании необычайно интересной охотской культуры на территориях Сахалина и Хоккайдо.

Но главное – это постоянное общение с молодыми российскими коллегами, что совсем невозможно по программам обычных въездных туров. В дальнейшем программные туры на Сахалин неоднократно продолжались, и многие мои интересные туристские поездки состоялись благодаря помощи профессора Сахалинского государственного университета В.А. Голубева, который активно занимался международным программным туризмом и способствовал становлению моих научных интересов.

Последующие «путешествия» автора были связаны с научным направлением по изучению памятников культуры на территории Приморья и Приамурья. Программные туры включали совместные работы с российскими исследователями из научных центров Хабаровска, Владивостока, Уссурийска. Специальные экскурсии с участием автора охватывали центральные и приустьевые зоны Амура, через которые в далёкие времена проходили торговые пути на Сахалин, а затем на Хоккайдо и Хонсю.

Нам удалось собрать показательную коллекцию: железные ножи, бронзовые украшения, что подтверждает предположения автора о существовании пунктов торговли мехом, например, соболя, морских млекопитающих, который пользовался большим почётом у богатых японских самураев. В Приморье автор как единственный японский специалист участвовал в программных международных исследованиях укрепленных городков эпохи Бохая: Краскино, Кокчаровка, Троицкое.

Таким образом, эта академическая область в России еще продолжает формироваться, многие российские исследователи продолжают изучение обозначенных нами проблем. В дополнение к этому следует отметить, что научная концепция японских ученых формировалась по результатам давних исследований во внутренних частях Китая и корейского полуострова.

Особое место в научных туристских поездках автора занимают Китай и Монголия. Следует отметить, что в современном Китае происходит настоящий «бум» изучения многочисленных памятников национальной истории и культуры, что совершенно естественно – страна является прародиной многих уникальных открытий человечества. Исследования для иностранцев в Китае ограничиваются результатами длительной изоляции страны, но – это вопрос времени. Бурный процесс экономического подъёма современного Китая способствует развитию международных программ научного туризма. Наши китайские коллеги организовали для нас совместные научные экскурсии к уникальным памятникам национального наследия.

Программные научные туры в Монголию для наших исследований часто объединялись с корпоративными интересами многих учёных из Германии, Франции, Америки, Кореи. Наряду с их собственными интересами мы находили много общих научных проблем. Среди них – проблема становления и развития государства у кочевников–киданей. Политические,

экономические и культурные системы кочевых племен Восточной Азии были смешаны с китайской цивилизацией в империи Великих Моголов.

Завершая наше сообщение, хочется отметить, что наши зарубежные исследования проводились по системе программных туров, поддержанных из фондов Министерства просвещения Японии и спонсорскими средствами, выделяемыми крупными частными компаниями нашей страны. Программное содержание научных туров мало связано с оценками текущих ситуации в странах пребывания, что верно в некотором смысле. Фактически автору настоящего сообщения ближе собственное историческое представление, собственная национальная политика, экономическое развитие и человеческие отношения. В этом и есть значение наших «поездки в прошлое» уникальных стран Восточной Азии, которые мы постараемся совершать и далее.

*Уильям Динти Миллер, К.А. Коваленко, А.К. Коваленко*

### **ИЗ ИСТОРИИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В РАЗВИТИИ СФЕРЫ СОЦИАЛЬНО – КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА В САХАЛИНСКОМ РЕГИОНЕ**

В последнее десятилетие прошлого века международная нефтяная промышленность обратила внимание на о. Сахалин – один из крупнейших островов Российской Федерации, в шельфовой зоне которого были обнаружены значительные запасы углеводородов. В настоящее время некоторые из мировых компаний ведут активную добычу нефти и газа, созданы перерабатывающие производства, продолжается строительство путепроводов в Хабаровском и Приморском краях. Инвестиции, которые нефтяная промышленность приносит в Сахалинский регион, имеют большое значение. Они означают строительство новых дорог, больниц, объектов торговли, особенно сферы социально-культурного сервиса, что позволяет улучшить все аспекты жизни в этом отдалённом регионе России. Эти столь необходимые инвестиции дадут нынешним и будущим поколениям сахалинцев шанс на лучшую жизнь. Экономика региона уже сейчас получает выгоды от расширения сектора обслуживания населения, от налоговых поступлений международных компаний – носителей современных социальных стандартов. Задача компаний заключается в социально-ответственном ведении работ, завоевании доверия населения. Большую актуальность приобретают образовательные проблемы: развитие деловых навыков и обучение детей, молодёжи и взрослых в области компьютерных технологий, подготовке новых преподавательских кадров. Не менее значимой остаётся проблема охраны окружающей среды: обучение детей, молодёжи и взрослых в области экологии. За прошедшие годы накоплен значительный опыт, в том числе, соавторами настоящей публикации, что даёт веские основания в оценках соответствия проектов и результатов их выполнения.

Среди многочисленных зарубежных фирм и компаний, проложивших дорогу на сахалинский шельф, наиболее успешно и перспективно движется в этом направлении компания «Бритиш Петролеум». Её действия всегда выгодно отличаются от других участников шельфовых проектов дальновидностью, последовательностью, умением расположить к себе жителей северных районов Сахалина. В лице сахалинского представительства компании в северные районы области пришёл хороший партнёр российским нефтяникам, которые традиционно на государственном уровне долгие годы занимались организацией и поддержкой сферы социально-культурного сервиса.

Для обеспечения устойчивого развития компания работает с общественными организациями, органами государственного управления и независимыми экспертами. Она стремится к достижению баланса между социальными, экономическими и экологическими факторами, которые пойдут на пользу о. Сахалин и его населению. В партнёрстве компанией «Бритиш Петролеум» ЗАО «Сахалинские Проекты» успешно сотрудничает с администрацией Охинского района. Стратегия партнёрства - максимальное вовлечение в созидательный процесс местных и региональных подрядчиков и поставщиков товаров, услуг и работ, при соответствии



последних выдвигаемым требованиям по качеству, срокам и цене. Примером этому являются муниципальные учреждения образования, здравоохранения и культуры, которые получили от компании не только спонсорскую помощь, но и новейшее оборудование, технику для дальнейшего развития. Перспективность подобного сотрудничества заключается в том, что развитие базовых условий сферы сервиса позволит вырастить людей, которые в дальнейшем будут успешно продвигать технический и гуманитарный прогресс, политические и межкультурные коммуникации.

Среди наиболее успешных проектов компании следует отметить её долгосрочное сотрудничество островного представительства с одним из крупнейших на Сахалине Центром детского технического творчества, расположенного в Охе. Именно на базе этого образовательного учреждения удалось выполнить благородную миссию компании – воспитании подрастающего поколения талантливых людей. В самом начале сотрудничества руководства центра и представительства компании «Бритиш Петролеум» одним из ведущих направлений развития детского творчества явилось открытие при помощи компании новых объединений: компьютерного, кино, видео и конструкторского. Компания поддержала включение Центра в систему Интернет, что позволило наладить постоянное общение и консультации с отечественными и зарубежными Центрами технического творчества.

Под руководством одного из соавторов настоящей публикации участниками творческой группы были выполнены модельные композиции, концептуальной основой которых являлась охрана окружающей среды в пределах деятельности компании на шельфе Охотского моря. Представители компании «Бритиш Петролеум» с должным интересом участвовали в презентации модельных композиций, значительная часть иллюстративных и объемных материалов которых была передана в головной офис представительства компании на острове, а также выставлялась в Центральном выставочном зале в Москве. Наибольшим успехом пользовался экспонат «Ньютон», который наряду с другими составил выставочную композицию в главном офисе компании в Лондоне.

Успешное сотрудничество государственного и частного партнёрства в развитии сферы социально-культурного сервиса вызвало высокую положительную оценку жителей Охинского района. Президенту Сахалинских проектов «Бритиш Петролеум» г-ну Крису Эйчкомбу было присвоено звание «Лучший друг российских детей». Нельзя не отметить социальную направленность подобного сотрудничества, ибо забота о детях несёт в себе не только желание улучшить свободное времяпровождение, но и закладывает прочные основы для воспитания грамотных, высокоинтеллектуальных и профессиональных кадров для региональной сферы сервисных услуг.

Компания «Бритиш Петролеум» признаёт, что на неё возложена ответственность за развитие территории и охрану окружающей среды в тех районах, где она ведёт свою деятельность. Наряду с описанными эффективными моделями сотрудничества в цепочке «компания - местная администрация - общественность» отметим участие «Бритиш Петролеум» в поддержке экологического туризма, столь популярного как среди местных жителей, так и прибывающих туристов. В планах развития государственно-частного партнёрства компании обозначены приемлемые варианты финансирования инфраструктурных проектов, необходимых для развития туризма на территории полуострова Шмидта, в районе приморских участков северо-восточного побережья Охотского моря.

Региональные и местные органы власти также заинтересованы в конструктивном сотрудничестве с нефтяными компаниями. Дальневосточные шельфовые проекты, в частности, привлекают крупные инвестиции, способствуют развитию экономики. В свою очередь и органы власти оказывают влияние на развитие частно-государственного партнёрства. Главной целью соглашения стала координация областной целевой программы «Экономическое и социальное развитие коренных малочисленных народов Севера Сахалина на 2005 и последующие годы» и других мероприятий, направленных на улучшение жизни коренных народов области в сфере здравоохранения, образования, культуры и спорта и программ социальной помощи, реализуемых участниками соглашения.

## **РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕШЕНИИ ПРИРОДООХРАННЫХ ЗАДАЧ РОССИИ**

В современном российском обществе все отчетливее укрепляется понимание того, что дальнейшее развитие страны напрямую связано с сохранением благоприятного состояния окружающей среды и природно-ресурсного потенциала. Только при соблюдении экологически ориентированного подхода к обучению будущих специалистов в сфере сервиса и туризма, можно добиться такого положения, когда они отчетливо поймут значимость и последствия этого вида профессиональной деятельности, которая уже не одно столетие активно осваивает природные ресурсы.

В современной России растет спрос на туристские поездки и одновременно увеличивается уровень рентабельности туристского бизнеса. Региональный отечественный туризм проходит процесс формирования устойчивости, что подразумевает четкое и конкретное управление туристскими ресурсами. Только при выполнении этих условий можно обеспечить удовлетворение всех экономических, социальных и эстетических потребностей при сохранении культурных ценностей, биологического разнообразия и системы жизнеобеспеченности населения Земли.

Развитие экологического туризма в Российской Федерации может и должно идти по двум направлениям.

Первое направление заключается в создании комфортных условий для созерцания туристами живой, нетронутой человеком природы, для любования её красотами. Здесь особых комментариев не требуется.

Второе направление гораздо менее комфортное и требует активного вмешательства в дело защиты природы от разрушения. На просторах России количество мест, требующих защиты, довольно значительно.

Начнём с восточного рубежа нашей страны – с полуострова Камчатка. До настоящего времени основным богатством края являются морские биологические ресурсы: рыба лососевых пород (горбуша, кета, нерка, кижуч), крабы и т.д. Эти ресурсы являются весьма валютными, они пользуются спросом в Российской Федерации и за рубежом, что часто приводит к расцвету браконьерства в масштабах, явно угрожающих сохранению этих природных ресурсов. Особенно это касается практически всех нерестовых рек Камчатки, где с приустьевой зоны и до верховьев реки обустраиваются многочисленные браконьерские «точки».

С другой стороны наблюдение за нерестом горбуши доставляет истинное удовольствие и может быть необычайно привлекательным объектом для туризмов. Если местные турфирмы при поддержке местных властей постараются проложить туристические маршруты через наиболее «злачные» места и заинтересовать местных жителей в сопровождении туристических групп, то это вполне может привести к вытеснению браконьеров.

В Сахалинской области также имеется проблема сохранения морских биоресурсов. Для туристов, заинтересованных в защите окружающей среды, привлекательным маршрутом может стать район разработки нефтегазовых месторождений на шельфе Охотского моря (проекты Сахалин-1 и Сахалин-2). Дело в том, что этот район является местом традиционного нагула серых китов. Количество этих животных сократилось до 100, а активная деятельность нефтегазовых компаний приводит к уменьшению популяции.

Если проложить в этом регионе маршруты для морских круизов, это может заставить компании вести более осмотрительную природоохранную политику. Для туристов наблюдение за китами станет незабываемым зрелищем.

Интересным и важным для посещения туристами-экологами может стать район работы Байкальского целлюлозно-бумажного комбината. Само озеро Байкал является «жемчужиной» Сибири. В этом озере сосредоточено 20% мировых запасов чистой пресной воды. ЮНЕСКО

внесло озеро в список «всемирного наследия» и оно должно быть защищено от любого антропогенного воздействия, однако много десятилетий назад на его берегу был построен комбинат, вырабатывающий белёную целлюлозу. Отбеливание целлюлозы производится с помощью хлора, при этом образуется колоссальное количество веществ, загрязняющих воздух и сточные воды комбината. Эти вредные вещества попадают в Байкал.

Появление в данном регионе туристов заставит владельцев комбината, местные органы власти и руководство страны более энергично искать пути для перепрофилирования комбината и защиты бесценного достояния всего человечества – озера Байкал.

Ещё одним местом, где присутствие туристов–экологов может способствовать решению экологических проблем, является Белое море. Дело в том, что ежегодно ранней весной на льду этого моря появляются на свет бельки – новорожденные тюлени. Меха этих животных высоко ценятся в мире, поэтому большое количество местных жителей выходит на варварскую заготовку меха. Бельков убивают тысячами и отдают перекупщикам за гроши. Местным людям нужна работа и организация экологического туризма в регионе может стать хорошей заменой уничтожения беззащитных животных.

Туристические маршруты для экологов могут быть спланированы таким образом, чтобы туристы могли участвовать в обеспечении диких животных кормом. Особенно актуальна такая деятельность в многоснежные российские зимы или в маловодных регионах страны. Так, зима 2009-2010 года стала непростой для сайгаков, обитающих в Северо-Западном Прикаспии. Антилопы, которые находятся уже многие годы под угрозой исчезновения, пострадали от феномена, известного как "джут". Глубокий снег, покрытый ледяной коркой, сильно ограничил доступ сайгака к местам добычи кормов и затруднил их передвижение. В результате многие животные просто погибли от голода. По мнению ученых, условия этой зимы могут привести сайгаков Северо-Западного Прикаспия к вымиранию. Активная помощь туристов-экологов животным могла бы улучшить ситуацию.

Таких «проблемных» регионов в Российской Федерации множество, поэтому формирование существенных элементов экологического туризма и охрана окружающей среды представляют комплекс задач, стоящих перед современной Россией в XXI веке. Решение этих задач напрямую связано с рациональным использованием богатого национального наследия, которое вместе с окружающей средой обитания составляет богатейшие туристско-рекреационные ресурсы России.

*Е.А. Баранова*

## **ПРОБЛЕМЫ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ**

В последнее время во всём мире активно начала развиваться сфера туристских услуг. Прибыль от туризма является одной из важных статей дохода каждого государства, поэтому необходимо привлекать внимание туристов к достопримечательностям, рекреационным ресурсам и уникальным местам страны. Одной из относительно новых и динамично развивающихся отраслей туризма является экстрим-туризм. Этот сектор в последнее время пользуется всё большей и большей популярностью. Туристы устали проводить отпуск в отелях и на берегу какого-нибудь моря; примитивный, стандартный отдых уже наскучил. Возрастает спрос на приключенческие, а порой и экстремальные туры. Но несмотря на то, что ситуация на рынке довольно благоприятная, развитие экстрим-туризма тормозится из-за множества существенных проблем [1]. Перечислим некоторые из них.

Приключенческий туризм – относительно новая отрасль туристской индустрии на российском рынке, поэтому большинство туристов, выбирающих данные туры, пока ещё иностранцы. В России практически отсутствует реклама активного отдыха, нет пропаганды, способной привлечь внимание людей, из-за чего на сегодняшний день предложение экстремальных туров обгоняет спрос. Ведь если бы у туроператоров и турагентов были яркие, красочные каталоги, много различной литературы, связанной с этим видом отдыха, то

некоторые люди предпочли бы подняться в горы, либо спуститься вниз по реке на байдарках. А рискнув один раз, они уже не будут бояться пробовать ещё и ещё.

Не менее сложной проблемой является и то, что туроператоры очень редко разрабатывают какие-либо комплексные туры, они не рискуют специализироваться на данном виде туризма. Как результат – отсутствие единых программ, в которых были бы представлены не отдельные туры, а определённая их совокупность, возможно, в комплексе с другими видами отдыха. Туроператорам менее рискованно специализироваться на одном виде экстрим-туризма, как правило, в пределах одной территории. Эта узость, ограниченность также не способствует развитию.

Наиважнейшей проблемой данного сектора является очень слабая материальная база экстремального туризма. Часто случается так, что небольшие турагентства материально не в состоянии участвовать в какого-либо рода мероприятиях, выставках, конференциях по продвижению своего продукта. Ещё более сильно их угнетает то, что в нашем законодательстве не предусмотрено никаких налоговых и других льгот для предприятий, занимающихся приключенческим туризмом.

Другой проблемой является нехватка квалифицированных кадров. Несмотря на то, что в России есть много вузов, занимающихся подготовкой специалистов для туристской индустрии, сфера приключенческого туризма остаётся в тени, её практически не касаются. Развитие в каком-либо секторе экономики должно отражаться и в системе образования, вызывая там существенные изменения.

Ещё одна проблема – это плохая оснащённость туристских баз, специализирующихся на активном отдыхе. Порой ощущается нехватка современного инвентаря и необходимого оборудования для безопасной реализации тура. Нередко туристам приходится сталкиваться с экстремальными условиями не только на трассах, но и в быту, так как большинство баз отдыха обветшали и требуют немедленного капитального ремонта.

Что касается самих туристов, то боязнь получить какие-либо травмы по время путешествия является ещё одной проблемой развития туризма. На сегодняшний день немногие операторы могут предоставить своим клиентам достойную медицинскую страховку при несчастных случаях.

Не менее важным вопросом обеспечения безопасности туристов является то, что активные виды отдыха в большинстве случаев по своей географии относятся к загородным, находящимся далеко от населённых пунктов, в которых можно было бы своевременно оказать медицинскую помощь пострадавшим. Не исключены случаи, что до ближайшего медицинского пункта или станции МЧС будет несколько десятков километров, что увеличивает риск для здоровья туриста.

Итак, если учесть и исправить все эти ошибки, можно достичь очень высоких результатов. Приключенческий туризм – перспективная отрасль, но чтобы сделать её одной из основных, нужно приложить немало усилий, как моральных, так и материальных. Для начала необходимо изменить законодательство в этой сфере, чтобы обеспечить его соответствие современной действительности. Нужно выработать определённые стандарты, которым должны соответствовать все предприятия, занимающиеся экстремальным туризмом. Второй шаг – детальное изучение потребительского рынка, составление маркетинговых сводок, их анализ, на основании которого будет выбираться та или иная политика предприятий. Нужно создать конкурентную среду, чтобы стимулировать повышение уровня предоставляемых услуг. Необходимо обеспечить обязательной медицинской страховкой всех туристов, выбирающих туры такого рода. И, наконец, требуется широкая рекламная деятельность, направленная на привлечение внимания масс к активному туризму. Как вариант – создание и развитие различных клубов, школ, проведение соревнований по экстремальным видам спорта. Решение этих проблем ускорит формирование рынка экстремальных путешествий в России и сделает отечественные турфирмы, предлагающие программы активных видов туризма, конкурентоспособными на мировом туристском рынке.

## **ХАРАКТЕРИСТИКИ И ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ В КОНЦЕНТРЕ НИЖНЕГО НОВГОРОДА**

Самый перспективный бизнес на нашем рынке техники - автосервис. Парк автомашин будет расти еще много лет, так как развивающаяся экономика требует все больше техники. Сотни тысяч новых предприятий, приобретающих технику, не обзаводятся ремонтной базой, рассчитывая на сервис производителей. Потребители новейших моделей не могут ремонтировать их сами, не желая тратить средства на специальное оборудование и обучение ремонтников.

Автосервис - одна из наиболее быстро развивающихся отраслей сферы услуг. Это обусловлено тем, что политические и социально-экономические преобразования, произошедшие в нашей стране, способствовали развитию отечественного автомобилестроения и увеличению импорта иностранных автомобилей. Если на родственном рынке продаж автомобилей темпы роста со временем будут сокращаться, то для автосервисов, наоборот, работы будет все больше.

Переход экономики России к рыночным отношениям поставил перед Нижним Новгородом ряд сложных задач, среди которых особенно выделяется развитие туристических и автосервисных услуг. Наш город расположен в Центральном Поволжье на берегах р. Волги и Оки общей численностью населения более 1 млн чел. Через Нижний Новгород проходят отечественные и международные транспортные коридоры. В целом уникальное географическое расположение, значительный потенциал культурно-исторического и природного наследия способствует постоянному росту туристских потоков. Так, в 2009 г. туристский поток в Нижний Новгород увеличился на 18% по сравнению с 2008 годом. В городе и его пригородах действуют около 250 турфирм, более 100 гостиниц, инфраструктура сервиса и туризма оценивается специалистами - практиками как перспективный сегмент региональной экономики. Особо следует отметить прогрессирующее развитие системы автосервисных услуг. На региональном рынке продаж активно действуют производители отечественных и зарубежных марок автомобилей. В конце 2009 г. в концентре Нижнего Новгорода действовало около 700 предприятий автосервиса, в том числе порядка 90 дилерских центров. Автосервисы Нижнего Новгорода четко разделяются на специализированные и неспециализированные. К специализированным автосервисам относятся предприятия, которые оказывают услуги по обслуживанию и ремонту или каких-либо отдельных марок автомобилей, или каких-либо узлов и агрегатов, например, коробок передач, топливных систем дизельных двигателей, систем вентиляции и кондиционирования.

Неспециализированные предприятия не ограничивают себя марками авто или узлами/агрегатами, обещая отремонтировать все и вся. Понятно, что нельзя объять необъятное. Десятки производителей выпускают сотни моделей автомобилей, и знать все их нюансы, обладать на все технической документацией - невозможно даже теоретически. Потому неудивительно, что персонал неспециализированных предприятий зачастую учится выполнять работы на автомобилях клиентов, в частности, тех марок и моделей, которые впервые заехали к ним в цех. Мы не утверждаем, что все неспециализированные автосервисы Нижнего Новгорода непрофессиональны, а их сотрудники - поголовно некомпетентны, но, как показывает практика, наибольшее количество технических проблем, возникших после обслуживания/ремонта, а также недоразумений и конфликтов с клиентами возникает именно там. Что касается предприятий автомобильного сервиса, имеющих договорные отношения с автопроизводителями или производителями комплектующих, то это автоцентры официальных дилеров автомобильных концернов, а также СТО предприятий, представляющих в нашей стране продукцию ведущих мировых производителей комплектующих.

Еще один важный момент, касающийся таких предприятий - они, как правило, сопровождают выполненные работы солидными гарантийными обязательствами. Конечно, за

все предприятия мы поручиться не можем, но в том, что предприятия холдинга "Атлант-М» сделают все согласно требованиям автомобильного концерна и обеспечат выполнение его гарантийных обязательств. Нижегородский автомобильный сервис быстро прогрессирует, причем в различных секторах своей деятельности. Особенно заметен рост сектора, ориентированного на работу с продукцией зарубежного производства. Всего 10- 15 лет назад главная задача немногочисленных автосервисов состояла в выполнении самых простых видов работ по обслуживанию незнакомой импортной техники, например, операций по замене моторного масла или тормозных колодок.

Высокое качество обслуживания автомобилей полезно обществу в целом, поскольку способствует повышению надежности автотранспорта, безопасности на дорогах, улучшению экологической обстановки в крупных городах. Одна из основных причин низкого качества оказания услуги - в отсутствии законодательной базы, регламентирующей требования к организации всего технологического процесса на независимом автосервисе для достижения лучших показателей качества. Каждое предприятие решает эту проблему в силу своего понимания и материальных возможностей. Поэтому и результаты оказываются различными. В странах Европы, столкнувшихся с этой проблемой в свое время, давно разработан доказавший свою эффективность способ ее решения. Он заключается в добровольном объединении независимых предприятий автосервиса на основе той или иной концепции. Под концепцией понимаются:

- совокупность правил, определяющих основные стороны организации функционирования предприятия сервиса, которая гарантирует «на выходе» единый, как правило, высокий стандарт качества;

- всесторонняя помощь и поддержка, которую оказывает автосервисам разработчик концепции. Он же осуществляет контрольные функции за соблюдением участниками концепции предусмотренных правил.

В Европе в настоящее время известно около 10 подобных концепций, в которые вовлечены почти 80% автосервисов. Нижний Новгород, как и вся Россия в этом плане существенно отстает, но начало уже положено. Основной задачей концепции является всесторонняя поддержка универсальных СТОА с целью обеспечения международного стандарта качества предоставляемых услуг. По мнению инициаторов, от реализации концепции выиграют не только автолюбители, но и автосервисы, и производители запчастей, и продавцы гаражного оборудования. Практики, занимающиеся этими проблемами, предлагают учитывать следующие факторы:

- 1) нецелевые факторы: качество авто, стоимость, доступность услуг автосервисов, налоги, наиболее популярные автомобили в Нижнем Новгороде;
- 2) целевые факторы: производство своих авто (ГАЗ, ПАЗ), стоимость обладания;
- 3) факторы внешней среды: экономика, политика, социальные и культурные факторы.

*М.Н. Забаева, В.В. Гусева*

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И БЕЛОРУССИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

В рамках создания Союзного государства Россия и Беларусь налаживают партнерские взаимоотношения во многих отраслях экономики и жизнедеятельности государств, в том числе, большое внимание уделяется развитию и продвижению дестинаций на международном рынке туристских продуктов и услуг.

Сотрудничество в туризме – относительно молодое направление в сфере международных отношений, но достаточно перспективное. По мнению белорусских и российских экспертов предпосылок развития межгосударственного партнерства в российско-белорусском туризме немало: государства располагают существенным туристским потенциалом, имеют общие границы, схожие культуры, политические интересы, русский язык имеет статус

государственного в обоих государствах.

Анализ специализированных источников по заданной проблематике с некоторой долей условности позволяет говорить о десяти ключевых критериях оценки достижений изучаемых стран в области туризма (табл. 1).

**Таблица 1**

**Критериальные характеристики России и Беларуси**

Критерии оценки	Параметры сравнения	
	Россия	Беларусь
1. Географическое положение	Евразия	<u>Восточная Европа</u>
2. Площадь территории	первое место в мире	84 место в мире
3. Население, млн. человек	141 927 297	9 477 2
4. Приоритетные виды туризма	экскурсионный, экологический, активный, оздоровительный	экологический, агрономический, экскурсионный, лечебно-оздоровительный
5. Паспортно-визовый контроль	безвизовый режим для граждан Беларуси	безвизовый режим для российских граждан
6. Язык	русский	белорусский (русский язык имеет статус второго государственного языка)
7. Валюта	российский рубль	белорусский рубль
8. Стоимость перевозки «Москва-Минск», в том числе: - авиа (эконом-класс, время в пути – 1 час 20 мин) - ж/д (плацкарт, время в пути 10 часов)	Аэрофлот – от 4900 руб. Российские железные дороги (1200 руб.)	Белавиа – от 4000 руб. Белорусская железная дорога (700 руб.)
9. Стоимость услуг размещения, в том числе: - гостиница, 3* DBL - общежитие гостиничного типа	от 1200 руб./ сутки от 450 руб. /сутки	от 800 руб./ сутки от 600 руб./ сутки
10. Туристский поток	более 7000 граждан РФ посетили Белоруссию	более 5000 граждан Беларуси посетили РФ

Во-первых, идентичность географических, природных и культурно-исторических характеристик России и Беларуси способствует развитию схожих видов туризма. Вместе с тем, существенные отличия государств по территориальным параметрам и численности населения объясняют тот факт, что акценты развития аналогичных видов туризма расставлены несколько иначе. Так, масштабность территории России, наличие множества судоходных рек, озер, морей объясняют приоритетность круизного туризма в нашей стране. Высокий уровень развития сельского хозяйства, множество ухоженных поселений и угодий предопределяют приоритетность агротуризма в Белоруссии.

Во-вторых, наличие общих границ, упрощенных паспортно-визовых формальностей и отсутствие языковых барьеров способствуют развитию межгосударственного сотрудничества между Россией и Белоруссией, в том числе, в сфере туризма. При существенной разнице в численности населения взаимобратные туристские потоки стран вполне сопоставимы: семь и пять тысяч соответственно. Вместе с тем, семь тысяч туристов составляют менее одной

тысячной в совокупном выездном туристском потоке нашей страны, но даже при таком раскладе Россия долгие годы остается главным поставщиком туристов в Беларусь. В свою очередь пятидесятитысячный туристский поток белорусских туристов в Россию является весомым для Белоруссии, тогда как в структуре въездного российского туристского потока его доля очень мала.

В-третьих, сопоставление транспортных и гостиничных тарифов в России и Белоруссии говорит в пользу белорусской стороны: цены на основные туристские услуги в Беларуси на порядок ниже, чем в нашей стране. Разницу в ценах можно объяснить множеством факторов – дифференциацией туристского предложения и спроса, рекламными стратегиями и тактиками стран, стандартами туристского обслуживания, принципами валютного регулирования и др. В любом случае туристская политика, в том числе тарифная, России и Белоруссии направлена на стимулирование въездного и внутреннего туризма.

В настоящее время между правительствами России и Беларуси ведется диалог о выгодах и перспективах развития и сотрудничества в области туризма. В этом направлении сделано немало, но еще больше предстоит сделать. Сотрудничество в области туризма требует постоянного совершенствования законодательной базы, подготовки кадров, расширения межрегионального сотрудничества. В практическом аспекте решения рассматриваемого вопроса необходимо формировать совместные туристские маршруты, унифицировать стандарты качества в отрасли и общими усилиями продвигать туристский потенциал государств на международном уровне.

Важной причиной, сдерживающей развитие туристских обменов между Россией и Беларусью, долгие годы остается ограниченность информационных межгосударственных обменов и рекламных акций. Не менее важен транспортный аспект. Эффективными представляются схемы налаживания между Россией и Белоруссией чартерных программ, формирования туристских поездов или вагонов. Устойчивое развитие туристских обменов в системе «Россия-Беларусь» предопределяет необходимость разработки и реализации соответствующих стратегий, программ и проектов. В этом случае можно будет говорить о равноправном двухстороннем сотрудничестве между Россией и Беларусью в области туризма.

Таким образом, Россия и Беларусь, обладая огромным туристским потенциалом, заключив ряд соглашений, регулирующих сотрудничество в туристской сфере и существенно упростив туристские формальности, в настоящее время достаточно скромно представлены на туристских рынках друг друга. Вместе с тем перспективность и целесообразность взаимовыгодного сотрудничества между странами в туристской сфере объясняют весомые предпосылки. Высокая результативность реализуемых сегодня мероприятий не вызывает сомнений: Россия и Беларусь – это очень перспективные рынки в области туристского и многих других видов сотрудничества.

#### ***Библиографический список***

1. Российская Федерация. Международные соглашения. Соглашение между кабинетом министров Республики Беларусь и правительством Российской Федерации о сотрудничестве в области туризма от 21.02. 1995. [Электронный ресурс]: [ред. от 25.05.2007.]. – Режим доступа Консультант Плюс. Законодательство.
2. Российская Федерация. Законы. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации от 24.11. 1996 № 132-ФЗ [Электронный ресурс]: [ред. от 27.12.2009.]. – Режим доступа Консультант Плюс. Законодательство. ВерсияПроф.
3. Республика Беларусь. Законы. О туризме в Республике Беларусь от 25.11.1999 № 326-3 [Электронный ресурс]: [ред. от 28.06.2009.]. – Режим доступа Консультант Плюс. Законодательство. ВерсияПроф.
4. Федеральное агентство по туризму. Статистика [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://www.russiatourism.ru>.
5. Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. Нормативная правовая база [Электронный ресурс].- Режим доступа <http://www.mst.by>.



## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ**

В процессе исследования сферы туризма статистика пользуется соответствующими показателями, то есть количественными и качественными характеристиками явлений и процессов, которые в совокупности образуют сферу туризма. Эти показатели призваны отразить состояние, устойчивое развитие сферы туризма на различных уровнях, во времени и пространстве (географическом и социально-экономическом).

Всестороннюю деятельность сферы туризма можно отразить не отдельно взятыми показателями, а с помощью системы показателей. Система социально-экономических показателей – это совокупность взаимосвязанных показателей, имеющих одноуровневую или многоуровневую структуру, нацеленная на решение конкретных социально-экономических задач.

Основное назначение системы показателей сферы туризма состоит во всесторонней комплексной оценке состояния и эффективности развития одной из основополагающих экономических отраслей. Социально-экономические показатели, входящие в систему, могут быть использованы в процессе определения полного объема платных услуг, оказанных населению. Система показателей сферы туризма должна строиться при строгом соблюдении определенных экономических и статистических требований. К общим экономическим требованиям, предъявляемым к системе показателей, необходимо отнести: полноту отражения состояния сферы туризма; учет внутренних и внешних связей при формировании и развитии сферы туризма; возможность их постоянного совершенствования.

К статистическим требованиям можно отнести следующие: наличие единой методики их исчисления; комплексность и полнота отражения объема платных услуг, оказанных населению в статистических показателях; логическая связь между показателями системы; возможность экономической интерпретации результатов деятельности в сфере туризма.

Предлагаемую систему показателей, характеризующую сферу туризма можно разделить на три группы:

- 1) показатели оценки экономической роли туризма;
- 2) показатели мониторинга туристского рынка;
- 3) показатели состояния и эффективности работы туристского предприятия.

Все перечисленные группы показателей связаны между собой и в полной мере характеризуют сферу туризма, однако они используются для разных целей, разными потребителями, собираются, учитываются и рассчитываются разными способами.

Изначально обратимся к первой группе показателей, которые характеризуют роль туризма в национальной экономике, определяют значение туризма на макроэкономическом уровне. Показатели оценки экономической роли туризма – это группа показателей, которая является важнейшей с точки зрения оценки эффективности государственной политики в сфере туризма. Роль и место туризма в национальной экономике принято определять по соотношению основных стоимостных показателей туризма с показателями, измеряющими объемы национального производства, полученных в системе национальных счетов.

Национальные счета отражают наиболее важные стадии экономического процесса – от производства до потребления и накопления. Два наиболее важных базовых показателя системы национальных счетов – ВВП и ВВП.

ВВП – это рыночная стоимость товаров и услуг, произведенных внутри страны, и только с использованием факторов производства данной страны.

ВНП – это рыночная стоимость конечных товаров и услуг, произведенных не только внутри страны, но и за ее пределами, в течении данного периода времени (обычно года).

Разница между ВНП и ВВП состоит в том, что ВВП подсчитывается по так называемому территориальному признаку, как совокупная стоимость продукции и услуг предприятий, расположенных на территории данной страны, независимо от национальной принадлежности, а

ВНП – это совокупная стоимость всего объема продукции и услуг, независимо от местонахождения национальных предприятий (в своей стране или за рубежом).

К показателям мониторинга туристского рынка относятся объем въездного, выездного и внутреннего туристского потока, туристские расходы, объем платных услуг, а также ряд иных показателей – таких как занятость, средняя заработная плата в различных секторах туристской индустрии, объем инвестиций в сферу туризма.

Помимо прямого воздействия на макроэкономические показатели, туризм оказывает на экономику и косвенное влияние.

С экономической точки зрения сфера туризма представляет собой феномен появления потребительского спроса по месту временного пребывания человека.

Объем и структура этого спроса, естественно, отличается от параметров спроса в месте постоянного проживания: кроме продуктов питания, туристу, как правило, нужно то, к чему постоянные жители того или иного региона спроса либо вообще не предъявляют, либо предъявляют его в малых объемах. Это услуги гостиниц и аналогичных средств размещения, сувениры, специальные помещения и оборудование, необходимые для отдыха.

В этом проявляется мультипликативный эффект туризма, то есть его способность благодаря инициации спроса вызвать необходимость развития многих, удовлетворяющих этот спрос производств на территориях, посещаемых туристами. Следовательно, оценка экономической роли туризма также заключается в оценке его мультипликативного эффекта.

Следует заметить, что при оценке значения мультипликатора важно не только выбрать методику, но и определить вид мультипликатора, так как каждый вид выполняет свои специфические функции:

- мультипликатор продаж измеряет дополнительные обороты бизнеса в результате увеличения расходов туристов;
- мультипликатор производства измеряет объем дополнительного производства в экономике за счет увеличения расходов туристов;
- мультипликатор доходов измеряет дополнительные доходы, образующихся в экономике в результате увеличения расходов туристов;
- мультипликатор занятости характеризует количество рабочих мест, созданных за счет дополнительных расходов туристов.

Расчет указанных показателей, безусловно, целесообразен, однако технически очень сложен, так как требует довольно большого объема информации, которую зачастую собрать не так просто.

Таким образом, туризм – это довольно сложная и объемная комплексная отрасль, анализ состояния и развития которой определяется большим количеством социально-экономических показателей. Расчет этих показателей, в свою очередь, требует сбора и обработки довольно массивного блока информации, в том числе представляемой в формах государственного статистического наблюдения. Сложность систематизации всей совокупности данных для расчета многих показателей сферы туризма делает необходимым проведение исследований существующей информационной базы с целью выявления достаточности информации или потребности в ее дополнительном сборе на базе специально организованных наблюдений.

*Е.В. Мартынова, Г.И. Сбитнева*

## **ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ ПО ТУРИЗМУ И ПУТЕШЕСТВИЯМ**

В современном мире социальная политика направлена на повышение качества жизни и, следовательно, на улучшение условий отдыха, неотъемлемой частью которого является туризм и путешествия.

В Кузбассе отрасль туризма получает все большее развитие, о чем свидетельствует увеличение почти в 10 раз налогов от туризма. В 2002 г. объем налоговых поступлений составлял 71 тыс. руб., в 2008 – почти 1 млн (от 79 тыс. до 1 млн).

Особенности природы нашего края, его культурное наследие позволили развивать на территории области почти все виды туризма: историко-культурный, горнолыжный, водный, пешеходный и конный туризм; лицензионную охоту и рыбалку.

С каждым годом возрастает потребность в профессиональной подготовке и повышении квалификации кадров для существующих и вновь созданных туристских фирм, объектов гостиничного и культурно-развлекательного бизнеса. Рабочие места, открываемые в данной сфере, расширяют возможности использования рабочей силы, а кузбасские ВУЗы позволяют вести профессиональную подготовку и повышение квалификации кадров непосредственно в регионе с развитием индустрии туризма в целом.

Подготовкой специалистов в области туризма на территории Кемеровской области занимаются 3 высших учебных заведения:

*Российская международная академия туризма, Новокузнецкий филиал* (г. Новокузнецк) по специализациям: менеджмент иностранного туризма; менеджмент туризма и путешествий; менеджмент гостеприимства и ресторанного бизнеса; менеджмент курортного и санаторного дела, научного и экспедиционного туризма; маркетинг туристских услуг; менеджмент анимации в туризме; менеджмент спортивного туризма; менеджмент физического воспитания и спорта; культурный туризм; психология туризма; педагогика профессионального туристского образования;

*Кузбасский государственный технический университет* (г. Кемерово) по специализации социально-культурный сервис и туризм;

*Кемеровский государственный университет культуры и искусств* (г. Кемерово) по специализации менеджмент туризма.

Значимым условием для дальнейшего развития туризма является его информационное сопровождение.

Для определения информационных ресурсов в изучаемой отрасли были выявлены массив периодических изданий и проведено анализ видовой структуры, периодичности, цены, наличия информации о периодических изданиях в электронном виде, содержательная структура сайтов.

Анализ каталога подписки «Роспечать» показал, что в настоящее время в России выходят 37 журналов по туризму и путешествиям: 18 названий (48 %) – это научно-популярные журналы универсальной тематики («Вокруг света», «Живописная Россия», «Страна Сибирь – Land Siberia» и др.); 14 журналов (38 %) производственно-практические, предназначенные для специалистов гостиничного дела, работников турфирм, преподавателей, студентов учебных заведений, в которых готовят специалистов в области туризма («Туризм: право и экономика», «Туризм: практики, проблемы, перспективы и др.»); 14 названий представляют собой массовые журналы узкой тематики. Они содержат информацию по конкретным видам туризма и предназначены для специалистов, обеспечивающих данный вид туризма и для самих туристов («Горные лыжи / SKI», «Сафари», «Охота и рыбалка по всему миру» и др.).

Периодичность журналов различна: от 2-3 раз в месяц до 1 раза в полугодие.

Большинство журналов (65 %) выходят ежемесячно. Эту группу составляют научно-популярные журналы, существующие на информационном рынке не один десяток лет, имеющие постоянную читательскую аудиторию.

24 % журналов выходят 1 раз в 2-3 месяца. К ним относятся производственно-практические и массовые узкотематические издания. Это обусловлено как финансовыми возможностями, так и узостью категорий пользователей информацией, заключенной в этих журналах («Горные лыжи / SKI», «Нептун XXI век»).

8 % журналов выходит 2-3 раза в месяц. В эту группу относятся все виды журналов, которые содержат оперативную информацию о туристских маршрутах и рекламные сообщения (также аналитические обзоры («Туристический бизнес»), информационно-аналитический журнал («Всемирный следопыт»)).

Для журналов характерен значительный разброс цен. Ежемесячная стоимость колеблется в пределах: менее 50 до 1 тыс. рублей за месяц; до 50 руб. - 10%, 50 – 150 руб. - 59%, 150 – 250

руб.- 14%, 250 – 450 руб.-14%, свыше 450 руб.-3%. В категорию наиболее дешевых журналов входят массовые, ориентированные на доход среднестатистического читателя.

Ценовые категории 50 – 450 руб. характерны для специализированных журналов, рассчитанных на туристические фирмы и организации, связанные с производственными вопросами туристического бизнеса («Гостиничное дело», «Деловой туризм»). Самый дорогой журнал «Уникум» (2009 г. – 1320 руб.) позиционирует себя как эксклюзивный журнал о роскошных путешествиях, рассчитанный на людей с большим достатком и сам является атрибутом роскоши.

Официальные сайты имеют 13 журналов. Анализ сайтов показал профессиональный уровень их оформления (качественные фотографии, цветовая гамма, привлекательное расположение материала). Все сайты характеризует налаженная обратная связь (опросы, отзывы), стремление к максимальному удобству использования информации (удобная навигация, поиск, версии для печати), наличие полнотекстового архива статей, ведется статистика посещений (авторизация, регистрация).

Для определения содержания сайтов проведена их рубрикация и определена частота встречаемости рубрик. Установлено, что наиболее распространенными стандартными типовыми рубриками являются «о журнале», «подписки», «новости», «контакты». Достаточно часто встречаются рубрики «авторизация», «конкурсы», обратная связь», «ссылки», «статьи». Они отражают желание создателей проследить посещаемость, наладить обратную связь, задержать внимание пользователя («конкурсы»), узнать мнение о сайте и пожелания о наполнении его содержания («форум»).

Единичные рубрики раскрывают специфику журнала и являются своеобразным индикатором его («мир открытий», «меридианы науки», «мир природы»).

Таким образом, анализ информационного сопровождения сферы туризма и путешествий показал наличие журналов различного условного назначения, что соответствует направления туризма как индустрии отдыха. Журналы рассчитаны на различные категории пользователей как эконом, так и бизнес-класса.

Большинство журналов имеют свои сайты, которые доступны как для профессионалов сферы туризма, так и клиентов этой сферы. Сайты имеют привлекательный дизайн, содержат полную информацию о журналах. Результаты данного исследования полезны руководителям турфирм, специалистам, связанным с индустрией туризма, библиотечным работникам учебных заведений, в которых обучают специальностям сферы туризма.

*Е.В. Коровина*

## **ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА И СЕРВИСА**

В современных условиях выставочная деятельность осуществляется в формах выставок и ярмарок. Выставки и ярмарки - это рыночные мероприятия, на которых различные компании (экспоненты) представляют на основе выставочных образцов (экспонатов) производимые ими товары и услуги с целью изучения конъюнктуры рынка и содействия их сбыту. Границы между понятиями выставка и ярмарка в обыденном сознании часто не различимы, так как «выставка» с легкой руки торгующих организаций ассоциируется с «продажей» или с культурным мероприятием, а ярмарка представляется как множество выставок, на которых можно приобрести товар.

Автора интересует коммуникативная составляющая выставок и ярмарок и ее возможности в развитии туризма и сервиса. Однако, прежде чем решать данные проблемы, необходимо определиться с понятиями.

Выставка - исторически определялась как публичная демонстрация достижений в области материальной и духовной деятельности человека. На выставках основной акцент делался на представлении товаров (услуг). Посетителям выставок предоставлялась возможность

увидеть либо сам товар, либо выставочный образец. Выставка – это регулярно организуемые рыночные мероприятия с ограниченным временем проведения, на которых экспоненты представляют основные товары и услуги одной или нескольких отраслей, реализуемые, преимущественно, на основе выставочных образцов. В рамках выставки с помощью образцов создается представительная картина предложения товаров и услуг, одновременно информирующая потенциальных потребителей о фирме и ее продукции с конечной целью содействия продажам.

Таким образом, коммуникативный потенциал при квалифицированном менеджменте участвующих в выставках туристических и сервисных фирм может быть задействован в полном объеме.

Ярмарки были, в основном, местами рыночной торговли, выставки занимались, в первую очередь, демонстрацией товаров. Выставки не могут похвастаться древней историей, которую имеют ярмарки. Выставки отличались от ярмарок по четырем основным параметрам:

- выставки были обычно однократными мероприятиями, и они не имели циклического характера;
- выставки располагались в постоянных сооружениях, построенных специально для них;
- хотя ярмарки проводились регулярно, они, в отличие от выставок, не были хорошо организованными мероприятиями;
- выставки отличались от ярмарок самым способом ведения бизнеса — на ярмарку привозились товары для продажи, а на выставках коммерческая деятельность или продажа выставленных товаров обычно не происходила.

В России первая публичная «Выставка российских мануфактурных изделий» состоялась 15 мая 1829 г. в Санкт-Петербурге, в специально построенном здании на берегу Невы. Первая Московская мануфактурная выставка состоялась в начале 1831 г. в здании Российского Благородного Собрания. С 1836 г. выставки начинают проводиться в губернских городах: Владимире, Вологде, Вятке, Костроме, Пензе, Рязани Смоленске, Тамбове.

В 1841 г. была устроена первая Мануфактурная выставка в Варшаве. С этого года выставки в Санкт-Петербурге, Москве и Варшаве по очереди стали сменять друг друга. Первая Всероссийская сельскохозяйственная выставка состоялась в Санкт-Петербурге в 1850 году. С 1861 г. всероссийские выставки начинают проводиться регулярно.

В 1851 г. Россия выступила со своей экспозицией на первой Всемирной выставке в Лондоне и потом, вплоть до 1914 г. активно участвовала в крупнейших международных выставках за границей. С 1915 года, вследствие послевоенной и предреволюционной обстановки в стране, объемы выставочно-ярмарочной деятельности начинают резко снижаться.

В РСФСР выставочная деятельность начинает возрождаться с 1918 года. С 1921 г. начинают устраивать выставки крупные промышленные предприятия. В этом же году советское правительство принимает решение о создании Всероссийского выставочного комитета для управления всем выставочным делом в стране.

С 1922 г. РСФСР участвует в выставках за границей. Первый крупный смотр экономики, легкой и пищевой промышленности и сельского хозяйства прошел в Москве в 1923 г. на Всероссийской сельскохозяйственной и кустарно-промышленной выставке. В 1939 г. открылась легендарная Всесоюзная сельскохозяйственная выставка (ВСХВ), благодаря которой появился целый выставочный городок общей площадью 136 га. В 1956 г. на территории ВСХВ открылась и промышленная выставка. А в 1958 г. комплекс выставок на ВСХВ был переименован в Выставку достижений народного хозяйства СССР (ВДНХ).

До 1977 года в СССР был только один организатор международных выставок - Торговая палата, позже переименованная в Торгово-промышленную палату.

В 1977 году заработал Выставочный комплекс на Красной Пресне и возникла специализированная выставочная организация "Экспоцентр", уполномоченная заниматься организацией международных выставок.

Начиная с 1991 г. в развитии выставочной индустрии России начался новый этап развития в

условиях новых рыночных отношений. Сегодня выставочный бизнес - это динамично развивающаяся индустрия. По экспертным оценкам, оборот в сфере выставочно-ярмарочной деятельности только в 2003–2004 гг. составлял примерно 200-300 млн долл. в год.

В последние годы отмечается тенденция роста числа специализированных и узкоспециализированных выставок. Они составляют 85% от их общего количества. В выставочных организациях работает примерно 20 тыс. человек, а с учетом вторичной занятости (в инфраструктуре выставок на срок их проведения) - 150 тыс. человек.

Ежегодно около 14 тыс. иностранных компаний более чем из 80 стран мира принимают участие в выставках, проводимых на территории Российской Федерации. Свыше 260 тыс. иностранных специалистов посещают российские выставки. На специализированных выставках и ярмарках согласно Международному классификатору Международного союза ярмарок (UFI) превалирует следующая тематика:

- информация, связь, офисное оборудование, оргтехника, образование, игровая электроника, соответствующее оборудование - 12%;
- продукты питания, напитки и табачные изделия, отели, рестораны, организации общественного питания, соответствующее оборудование - 15%;
- здравоохранение, гигиена, охрана труда и безопасность, соответствующее оборудование - 8%;
- благоустройство, строительство, оснастка и комплектация, соответствующее оборудование - 8%.

По составу участников выставки распределяются следующим образом:

- с международным участием - 47%;
- международные - 27%;
- региональные - 25%;
- национальные (организуемые зарубежными странами) - менее 1%.

Выставки и ярмарки, по сути, являются многокомпонентными мероприятиями. Как правило, они включают в себя конференции, симпозиумы, тематические семинары, круглые столы и мастер-классы, выполняя, таким образом, информационную функцию. Такие качества как периодичность проведения, ограниченность во времени, пространственное сосредоточение предложения товаров и услуг, придают выставкам характер своеобразной «биржи», где происходит обмен информацией, и одновременно, заключаются торговые сделки и соглашения.

В 2008 году по всей России прошло 2 447 выставок суммарной площадью-нетто 2 839 315 кв. м. Эти выставки посетил 21 млн человек. Участниками выставок в России стали 230200 компаний из 129 стран. Из зарубежных стран на выставки в Россию прибыли 21 300 экспонентов. Активнее всего проявляют себя на выставочном рынке предприниматели из Италии и Германии, что понятно: с этими странами у нас самый большой товарооборот. За ними следуют: Польша, Турция, Франция, Китай, Испания, Финляндия, США, Чехия. Разрыв между первым и последним в этой десятке существенный: если из Италии в российских выставках участвовала 3181 компания, то из Чехии - 456.

Выставочно-ярмарочная деятельность во всех промышленных странах является важнейшим инструментом государственной политики, эффективным средством развития свободного рынка, порою весьма существенным источником пополнения федерального и местного бюджета. Международные экспозиции в крупнейших выставочных комплексах мира всегда имеют высокий общественный резонанс и дают социально-экономический эффект в развитии всей инфраструктуры выставочных городов, приводят к расширению торговли, сферы услуг, увеличению числа рабочих мест, привлечению дополнительных инвестиций в выставочную сферу. Сегодня выставки и ярмарки обеспечивают мобильность рынка, создают необходимое информационное поле, формируют значительные финансовые потоки, а также приносят дополнительный доход в бюджеты всех уровней. Выставки являются связующим звеном между внутренними и международными рынками и способствуют привлечению иностранных инвестиций для реализации перспективных проектов российских организаций.

## ЭКСКУРСИОННЫЙ ПРОЕКТ – «НИКТО НЕ ЗАБЫТ И НИЧТО НЕ ЗАБЫТО»

9 мая 1945 года — День Победы! Этот праздник отмечают все, кто живёт в России. Всё меньше и меньше приходят на парад Победы участников Великой Отечественной Войны. С того знаменательного дня прошло 65 лет.

Во всех городах в честь этого события полыхает днём и ночью, год за годом священное пламя Вечного огня. Это – «Вечный символ бессмертия, немеркнущая память, незаживающая рана».

Идут годы. Новые поколения приходят к Вечному огню, чтобы почтить память героев, приобщиться к их мужеству, стойкости.

Долгих 1418 дней и ночей шла эта война, если это перевести в минуты, то составит 2 миллиона минут. А наша страна потеряла 20 миллионов не вернувшихся домой солдат. Каждая минута вычёркивала из жизни 10 воинов. Если вдуматься в эти цифры: одна минута и 10 непрожитых биографий, 10 самых родных для кого-то, самых близких людей уходили из жизни. Вот почему так значительна, так священна эта минута молчания, которой вся страна снова и снова присягает памяти павших героев.

«Их теперь не обнять, не пожать им ладони, но восстал из земли

Негасимый огонь, скорбный, светлый и гордый огонь.

Выветривает время имена, стирает даты, яркие когда-то.

В историю давно ушла война и в книги перешли её солдаты».

У нас, у живых, есть много человеческих прав: на труд, любовь, дружбу, счастье. Но нет и не будет права забыть тех, кто отдал жизнь за наш сегодняшний светлый день. И Дню Победы посвящается наша юбилейная экскурсия. В ней рассказывается о наших земляках — героях, о людях, «что ушли, не долюбив, не докурив последней папиросы».

22 июня 1941 года. Страшное известие облетело всю страну. Война, зловещая и неожиданная, сразу стала всенародной, войдя в каждый дом, в каждую семью.

В военкоматы нашего города уже в первый день войны поступило 5486 заявлений. Вся страна встала на военные рельсы. День и ночь через наш город шли сотни эшелонов на фронт с войсками и оружием, а на восток шли составы с оборудованием тех предприятий, которым угрожала оккупация.

По иному выглядел наш железнодорожный вокзал. Не было напротив него огромного серого здания «Универмага». Он был построен после войны и находится на улице, которая носит имя героя Николая Фильченкова. Вечная память человеку, который был добровольцем и 23 июня 1941 года уходил на фронт. Его провожали жена и трое детей. Позади мирная жизнь: работа, служба в армии, снова работа в качестве политрука. Ему всего 34 года. А впереди – Севастополь, политрук роты в бригаду морской пехоты. Война шла широким фронтом от Баренцева моря до Чёрного. Отступала наша армия, оставляя свою землю. Под Севастополем было сосредоточено огромное количество немецкой авиации, танков, артиллерии. Шли непрерывные жестокие бои. Один из них стал первым и последним боем для Николая Фильченкова.

Рота в полном составе заняла высоту. Послышался гул самолётов, вздрогнула и застонала земля. Артиллерия билась по полосе обороны. Через час всё вдруг стихло. И наши солдаты увидели немцев, идущих в полный рост на наши окопы. Два часа шёл этот бой. Большое численное превосходство противника вынудило отступить советские войска. А ночью бой повторился. Высота была отбита, но её надо было удержать. От роты осталось 10 человек. Наступило утро 7 ноября. Николай и ещё четыре моряка заняли оборону около деревни Дубёнки. И вдруг все услышали гул танков. Первый, второй, третий, седьмой, за ними шли автоматчики. Первая атака была отбита. Не успели моряки отдохнуть, вновь пошли танки. Теперь их было пятнадцать штук, по три на каждого.

«Будем биться до последней гранаты, до последнего человека, танки пропустить нельзя!» – это слова политрука Фильченкова. И вот подбит один танк, второй, но заканчиваются гранаты. И два моряка из пяти, опоясавшись гранатами и бутылками с горючей смесью, бросились под фашистские танки.

Но другие танки, обходя подбитые, идут к блиндажу. Нечем бить врага. И Николай подумал: «Смертью своей буду защищать Родину и жизнь своих детей». Он закрепил гранату у пояса, вышел навстречу танку и бросился под гусеницу. Сильный взрыв и стальная громада остановилась. Два моряка повторили подвиг командира. Так пятеро моряков насмерть стояли на подступах к Севастополю. Их мужество потрясло фашистов. Восемь оставшихся танков повернули обратно.

23 октября 1943 года указом Правительства Верховного Совета СССР пяти морякам было присвоено звание «Героя Советского Союза».

На месте их гибели сооружён величественный монумент. Улицы в Севастополе носят их имена. В музее работает дочь героя — Майя Николаевна Фильченкова, она рассказывает о подвиге своего отца.

А какого человека можно назвать героем? Конечно, того, «кто в решительный момент делает то, что нужно делать в интересах человеческого общества». «Родина наша — колыбель героев, огненный горн, где плавятся простые души, становясь крепкими, как алмаз и сталь, — это слова А.Н.Толстого.

С 1934 года в Советском Союзе было утверждено звание «Героя Советского Союза», ставшее символом мужества, бесстрашия, любви к Родине. В 1936 году это звание получил первым в нашем городе Валерий Павлович Чкалов.

В годы Великой Отечественной Войны 12 тысяч советских воинов получили звание Героев Союза. Все национальности проявляли массовый героизм, самоотверженность, стойкость и организованность.

Среди наших земляков было награждено этим званием 315 человек. Каждый из них совершил великий подвиг во имя свободы и независимости своей Родины. В каждом районе стоит монумент Славы в честь героев. В Московском районе есть площадь и проспект Героев.

На Часовой горе у «Вечного Огня» в Кремле стоит стела, где золотом написаны фамилии героев-горьковчан, показавших массовый героизм и получивших это звание посмертно. Про каждого из них сложены легенды. О бессмертии героев рассказывает и наша экскурсия: «Горьковчане — герои Советского Союза».

Среди наших земляков-героев представители всех родов войск. Это пехотинцы, лётчики, артиллеристы, танкисты, сапёры, моряки, связисты, партизаны, кавалеристы. Лётчики В.Г. Рязанов и А.В. Ворожейкин удостоены этого высокого звания дважды. О подвигах Н. Фильченкова, Е. Никонова, Ю. Смирнова знают во всех уголках нашей Родины.

Сормовский токарь матрос Евгений Никонов в 1941 году при обороне Таллина тяжело раненным попал в плен. Фашисты пытали моряка, но он не сказал ни слова. Тогда гитлеровцы выкололи ему глаза, а затем сожгли заживо. Перед зданием школы № 68, где он учился, стоит бронзовая фигура моряка, в школе есть музей. Семнадцатилетний рабочий Автозавода Юрий Смирнов в бою был ранен, очнулся в штабном блиндаже фашистов. Их интересовало направление движения прорвавшихся в тыл советских танков, их количество и задачи. Юрия били, резали ножом, но он молчал, остался верным военной присяге. Его казнили, заживо распяв на стене блиндажа.

В историю вошло напутствие немецкого генерала своим солдатам: «У русских надо учиться не только драться, но и умирать».

*А.В. Лосев*

## **РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ**

Информационные технологии широкий класс дисциплин и областей деятельности, относящихся к технологиям управления и обработки данных, в том числе, с применением вычислительной техники. В последнее время под информационными технологиями чаще всего понимают компьютерные технологии. В частности, последние имеют дело с использованием компьютеров и программного обеспечения для хранения, преобразования, защиты, обработки,



передачи и получения информации. В системах организационного управления наиболее распространены автоматизированные информационные технологии, в которых выработка управляющего воздействия возложена на человека, принимающего решение (АПР). К таким системам относятся практически все информационные системы, используемые в области социально-культурного сервиса и туризма.

Современные информационные системы состоят из нескольких видов обеспечивающих подсистем, к которым относятся: техническое, программное, информационное, организационное, правовое и эргономическое обеспечения.

Техническое обеспечение представляет собой комплекс технических средств, обеспечивающих функционирование информационной системы. Комплекс включает: персональные компьютеры, периферийное оборудование (принтеры, сканеры, плоттеры и т.д.), а также средства коммуникации и связи (модемы, сетевые платы и т.д.) и средства оргтехники (ксероксы, факсы и т.д.). Средства оргтехники целесообразно включать в техническое обеспечение информационной системы, так как они органично встраиваются в систему сбора, передачи и обработки информации и являются неотъемлемым атрибутом современного офиса. Кроме того, функции принтера, ксерокса, факса выполняет одно устройство. Выбор необходимого состава технических средств должен определяться, прежде всего, функциональными задачами информационной системы и соответствующей предметной областью.

Программное обеспечение, по своей сути, является обычной совокупностью программ и документации на них, реализующие основные функции информационной системы.

Информационное обеспечение представляет собой совокупность информационной базы предметной области и средств и методов ее обработки. При этом остро встают вопросы проектирования информационной базы, которые являются определяющим условием успешной работы всей системы в будущем. Не менее трудоемкой задачей является наполнение информационной базы конкретными данными.

Организационное обеспечение представляет собой комплекс методов и правил организации работы с информационной системой, а также описание должностных инструкций пользователей информационной системы. Несоблюдение правил пользования информационной системой и невыполнение должностных инструкций могут привести к неадекватности базы данных и, как следствие, к принятию неправильных управленческих решений. Так, в системах управления гостиничными комплексами несвоевременный ввод информации о состоянии номерного фонда может привести к снижению эффективности работы всей гостиницы.

Правовое обеспечение включает в себя комплекс правовых норм и прав пользователей информационной системы. Именно эта подсистема обеспечивает ограничение доступа к данным различных категорий пользователей, как правило, путем организации парольного доступа. Кроме того, в настоящее время одними из важнейших вопросов становятся проблемы защиты информации от несанкционированного доступа.

Эргономическое обеспечение предполагает разработку рекомендаций и норм правильной организации рабочего места пользователя системы, в том числе правильное расположение компьютеров в помещении, соблюдение необходимого уровня освещенности, установление нормирования работы пользователя за компьютером и т. п.

Внедрение современных информационных технологий должно обеспечивать выполнение ряда требований, в том числе наличие удобного и дружелюбного интерфейса, обеспечение безопасности с помощью различных методов и систем контроля.

Так, во многих туристских фирмах и на предприятиях сервиса в Нижнем Новгороде широко используется система управления базами данных (СУБД) специализированная программа (чаще комплекс программ), предназначенная для организации и ведения базы данных. В широком смысле слова база данных - это совокупность сведений о конкретных объектах реального мира в какой-либо предметной области. Кроме того, база данных - это хранилище данных для совместного использования. При автоматизации деятельности человека происходит перенос реального мира в электронный формат. Для этого выделяется какая-то

часть этого мира и анализируется на предмет возможности автоматизации. Она называется предметной областью и строго очерчивает круг объектов, которые изучаются, измеряются, оцениваются и т.д. В результате этого процесса выделяются объекты автоматизации и определяются реквизиты, по которым данные объекты оцениваются.

Современный уровень развития регионального турбизнеса и жесткая конкуренция на региональном рынке туристских продуктов придают особую важность информационным системам туристических агентств. Эти системы не только ускоряют процесс расчётов и формирование документов, но и могут рассчитывать стоимость услуг.

Система "Amadeus". AMADEUS - ведущая глобальная распределительная система, обеспечивающая в режиме реального времени доступ к ресурсам провайдеров туристических услуг (авиакомпаний, гостиниц, компаний по прокату автомобилей, страховых компаний и т.д.) и распределение этих ресурсов среди туристических агентств 139 стран мира (в том числе и России). Сегодня Amadeus предлагает своим клиентам возможность в режиме реального времени бронировать: билеты на рейсы 478 авиакомпаний и просматривать расписание рейсов 718 авиакомпаний мира; автомобили в аренду в 25 компаниях по прокату автомобилей во всем мире; гостиничные номера, осуществляя их выбор по категориям, расценкам, фотографиям, расположению отеля на карте. Amadeus гарантирует подтвержденное бронирование, неизменность цены, по которой Вы забронировали номер, и его реализацию по специальным расценкам Вашего агентства для 80 185 гостиниц. Среди них как гостиницы международных цепочек, например: Accor, Hyatt, InterContinental, Holiday Inn, Marriott, Renaissance, Radisson, так и отдельные самостоятельные гостиницы.

В числе наиболее активных пользователей системы в Amadeus отмечают известные турфирмы в Нижнем Новгороде: "БМТ Спутник", "Турист", "Дилижанс", "Роза Ветров", "Волга-Флот-тур", "Водоход" и др.

Система "Galileo". Одна из ведущих компьютерных систем бронирования в мире - Galileo - до сих пор имеет в России свое представительство. ЗАО "Галилео-Рус" является национальной дистрибьютерской компанией международной автоматизированной системы бронирования авиационных билетов и резервирования других туристических услуг GALILEO на территории России и стран СНГ.

Галилео-Рус на сегодняшний день стала серьезным конкурентом и Amadeus и Worldspan, в связи с чем, позиции Galileo в мире весьма сильны. После присоединения к ней в 1993 году американской системы бронирования Apollo, по числу используемых терминалов бронирования, она стала номером один среди компьютерных систем бронирования в мире.

К настоящему времени появился и успешно функционирует, в том числе и в Нижнем Новгороде, ряд разработок отечественных фирм, обеспечивающих автоматизацию управления гостиничным комплексом. К ним относятся программные продукты "Эдельвейс", "Реконлайн", "Барсум", система HOTEL- 2000, программный комплекс "Русский отель". В гостиничных комплексах нашего города успешно действует система RESTAURANT -2000, предназначенная для автоматизации процедур представления услуг и расчётов с клиентами в ресторанах, барах и других точках продаж.

*Н.Н. Федосеева, Е.В. Филимонова*

## **МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИЗМА**

Сегодня международный туризм является доступным для широких масс населения. В связи с этим он является важной составляющей международного экономического, социального, культурного, гуманитарного сотрудничества, средством налаживания взаимопонимания между народами и ознакомления с их достижениями в различных областях. Поэтому существует необходимость правового регулирования туризма на уровне международного сообщества. Благодаря сотрудничеству стран в данной сфере возможно достижение перспективных

результатов сфере реализации права граждан на туризм. С учетом тенденции к развитию всестороннего международного сотрудничества можно утверждать, что отношения в сфере туризма требуют регулирования на многосторонней основе.

Международный туризм – явление многоаспектное. В науке и законодательстве нет единого подхода к определению международного туризма. Международный туризм, так же как и туризм вообще, включает в себя социальные, культурные, экономические элементы с учетом некоторых особенностей, обусловленных его международным характером.

Правовую основу международного туризма составляют Гагская декларация по туризму 1989 г., Манильская декларация по туризму 1980 г., Устав Всемирной туристской организации 1970 г., Соглашение между ООН и Всемирной туристской организацией 2003 г., принятое резолюцией 58/232 Генеральной Ассамблеи ООН, Глобальный этический кодекс туризма 1999 г, Рекомендательный акт «О туризме» 1994 г., Стамбульская Декларация «Использование туризма для достижения Целей развития тысячелетия» 2005 г. При этом осуществление правового регулирования затруднено следующими проблемами.

Международный туризм сегодня - мишень террористических актов, что требует со стороны мирового сообщества усиления безопасности туризма. Данная сфера обременена также преступной деятельностью. Здесь главным вопросом является борьба с незаконной миграцией. Обеспечение безопасности и борьба с преступностью в сфере международного туризма требует многостороннего сотрудничества государств, разработки необходимой законодательной базы, финансирования технологий и проектов, направленных на достижение безопасности.

В разных государствах функционируют разные органы, в компетенцию которых входит контроль над туризмом. В связи с этим при пересечении границ другого государства и пребывании на его территории туристы сталкиваются с теми особенностями, которые характерны для туризма именно в этом государстве. Кроме того, туристские обмены связаны с пересечением границ государств, нахождением и перемещением туристов по территории иностранного государства, а эти вопросы регламентируются не столько международным правом, сколько национальными законами и административными правилами. Для решения данного вопроса необходимо разрабатывать методы единообразного регулирования международного туризма и управления им.

Необходимо уделять больше внимания разрешению споров, возникающих в сфере международного туризма, в частности, споров, связанных с толкованием норм международных договоров. Важным шагом в решении данной проблемы является создание на тринадцатой сессии Всемирной туристской организации органа, занимающегося толкованием, применением и анализом положений Глобального этического кодекса туризма – Всемирного комитета по этике туризма.

В мире стоит проблема формирования единого туристского пространства. Его создание требует не только устранения туристских формальностей в странах, но также оказания помощи развивающимся странам в преодолении пробелов в их экономической, социальной и других сферах.

Для решения этих проблем функционируют и взаимодействуют универсальные и региональные международные организации. Основными универсальными организациями в сфере регулирования международного туризма являются ООН и сформированная в ее рамках Всемирная туристская организация. Сотрудничество России в регионах налажено с такими организациями как СНГ, ЕС, Совет Европы, ОБСЕ, АСЕАН, АТЭС, ШОС. Целью их деятельности и сотрудничества является развитие международного туризма, налаживание туристских связей между государствами, а также повышение доступности туризма. Значение международных организаций в том, что они разрабатывают многосторонние договоры в целях разработки общих принципов регулирования туризма, обмена международным опытом, защиты прав и интересов туристов при реализации ими права на туризм.

Важным шагом в решении указанных проблем является проведение различных семинаров, конференций, консультаций по вопросам международного туризма, разработка обучающих молодежных программ и программ подготовки высококвалифицированных

специалистов в туристской сфере. Все эти действия соответствуют требованиям современного мирового социума, помогают людям реализовывать их право на туризм. Международное сотрудничество в данной сфере призвано помочь в разумных пределах стереть рамки между государствами, стабилизировать отношения между ними, дать людям возможность расширять кругозор, знания о мире и народах, его населяющих, поддержать мир и безопасность.

*Т.А. Винокурова, А.М. Олонина, Т.Л. Михайлова*

## **ТУРИСТИЧЕСКИЙ МАРШРУТ ПО НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИМ МУЗЕЯМ НИЖНЕГО НОВГОРОДА: ВАРИАТИВНОСТЬ СЦЕНАРИЕВ**

Нижний Новгород. Жители этого города по-доброму называют его «Нижний», а туристы часто путают с Великим Новгородом. В период с 1932 по 1990 год город носил название «Горький» (в честь русского и советского писателя Максима Горького). Сейчас ему вернули первоначальное наименование «Нижний Новгород». Все это актуализирует проблему позиционирования города, его узнаваемости в российском и международном пространстве. В современном мире, конфигурации которого определяются информационными технологиями, инициируется артикуляция смыслов относительно сценариев и тенденций инновационного развития России. Это повышает значимость разработки нестандартных маршрутов, нетипичных для традиционного туризма. К подобного рода маршрутам относится предлагаемый нами проект «От одного туристического маршрута – к новому бренду города «Нижний Новгород – центр IT-технологий».

Сохранение и передача информации об индустриальном прошлом города, его людях как творцах, создателях техники и научных разработок, - вся эта рефлексивная работа совершенно необходима как основа, своеобразная ось координат, в которой обозначаются векторы будущего как Нижнего Новгорода, так и России в целом.

История города насчитывает немало страниц. Часть информации со временем забывается, некоторым фактам перестают придавать должное значение. Другая часть данных, наоборот, со временем становится более открытой и значимой. В настоящее время больше внимания следует уделять изучению истории развития науки, техники и технологий, ибо история – это ключ к современности. Именно в данном направлении история города Нижнего Новгорода – наглядный тому пример:

- в «Нижегородской радиолaborатории» была собрана первая электронная лампа, позволившая устанавливать радиосвязь с другими городами; открыт кристадин. На базе НРЛ был создан первый в России технопарк;
- семь лет ссылки провел в этом городе Андрей Дмитриевич Сахаров, один из создателей водородной бомбы, советский физик;
- ОАО «ГАЗ»- крупнейшее предприятие российского автомобилестроения;
- уникальное географическое расположение города на месте слияния двух рек позволило Нижнему Новгороду стать центром развития речного туризма и пароходства.

Целостный образ города в глазах не только жителей, но и его гостей (российских и иностранных туристов) – это залог успешного, благополучного развития и процветания. Сегодня у Нижнего Новгорода есть все шансы стать новым «центром инноваций» или «центром IT-технологий». Большую роль в развитии данного бренда города может сыграть музейная коммуникация. Она имеет следующие преимущества: сочетание вербальной и визуальной информации, что улучшает ее восприятие у реципиента; ярко выраженная знаковая сторона коммуникации, ее символическая составляющая; двунаправленность коммуникации; реципиент как активный слушатель.

Организация туристического маршрута по научно-техническим музеям Нижнего Новгорода – это возможность привлечь внимание общественности к проблемам науки сегодня.

В долгосрочной перспективе подобные мероприятия принесут серьезный вклад в процесс формирования бренда города как «центра инноватики». Бренд, выполняя символическую роль, способствует мобилизации общественности с целью разработки и воплощения инновационного продукта в жизнь, и в то же самое время при удачном «раскручивании» маршрута привлечет российских и иностранных туристов, что повысит инвестиционную привлекательность региона.

В предлагаемый туристический маршрут войдут следующие музеи:

- 1) мемориальный музей-квартира А.Д. Сахарова (единственный в России мемориальный музей академика);
- 2) музей науки «Нижегородская радиолaborатория» (музей посвящен первому научному и промышленному радиопредприятию в России);
- 3) музей истории речного флота (единственный в России);
- 4) музей ОАО «Горьковский автомобильный завод»;
- 5) музей истории завода «Красное Сормово»;
- 6) музей истории нижегородского авиастроительного завода «Сокол»;
- 7) музей истории ОАО «Нител».

Формирование образа города как научно-технического центра важно для разных групп общественности. В качестве основных целевых аудиторий выделим следующие:

- 1) старшеклассники города и области как потенциальные студенты нижегородских вузов;
- 2) студенты технических специальностей как кадровый ресурс наукоемких предприятий;
- 3) жители Нижнего Новгорода;
- 4) российские туристы;
- 5) иностранные туристы и потенциальные инвесторы из других стран.

Отличительной особенностью предлагаемого туристического маршрута является его вариативность и возможность изменения, во-первых, в зависимости от целевой группы, а во-вторых, в зависимости от пожеланий клиентов. Условно это качество можно сформулировать в следующей ключевой фразе: «Составь свой собственный маршрут сам!».

В частности, иностранным туристам, скорее всего, интереснее будет посетить музеи нижегородских предприятий: они смогут ознакомиться с основными принципами их работы, технологическими особенностями, детально изучить продукцию и т.д. Для школьников большой интерес представляет музей «Нижегородская радиолaborатория», т.к. в нем располагается специальный зал для интерактивных уроков с молодыми посетителями. В этом зале под руководством сотрудников музея посетители могут проводить физические опыты, изучать те или иные явления, свойства объектов. Будучи комплексной, данная экскурсия реализует образовательно-воспитательную, информационно-познавательную и культурно-гуманистическую функции. Жители города, интересующиеся разносторонней историей, будут рады посетить музей А.Д. Сахарова. Студенты найдут много интересного в музее истории речного флота (тем более, он расположен в здании Волжской Государственной Академии Водного Транспорта).

Подобное разделение музеев по целевым аудиториям, естественно, условно. В зависимости от пожеланий и интересов группы сформировать маршрут можно по-разному: либо разбить его на несколько дней, либо выбрать только определенные музеи, которые люди хотели бы посетить, выбрав удобное для себя время.

Данный подход к продвижению образовательных программ в музее, нововведения в работе с целевыми аудиториями должны стать основой профессиональной подготовки будущих специалистов в любой отрасли, в частности в области науки и техники. Общение с экспонатами, доставляя радость, бесспорно, влияет на повышение интереса молодежи к знаниям и научно-техническому творчеству, что так необходимо современному инновационному этапу развития России.

*Д.В. Пивиков*

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВЫХ РЫНКОВ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Одним из первых стратегических решений, принимаемых фирмой, должно стать определение рынка, на котором она хочет вести конкурентную борьбу. Выбор своего базового рынка подразумевает разбивку рынка на части, состоящие из потребителей со схожими потребностями и поведенческими или мотивационными характеристиками и создающие для фирмы благоприятные маркетинговые возможности. Сегментирование потребительского рынка в индустрии туризма происходит в основном по переменным критериям: социо-демографическим и психолого-поведенческим.

**Особенности отдыха пожилых туристов.** Согласно проведенным исследованиям, современный рынок пожилых туристов выглядит следующим образом: более 20% всех предпринятых поездок осуществляется туристами преклонного возраста. По прогнозам Австрийского национального ведомства по туризму и рекламе, их доля может в ближайшее время увеличиться до 25%. Количество туристов, отваживающихся путешествовать за рубеж, оценивается приблизительно в 4-5% от всех предпринятых пожилыми туристами путешествий. По оценкам специалистов, их доля должна существенно возрасти за счет перехода в категорию пожилой активной части населения, которая привыкла к зарубежным вояжам.

До 80% путешествий туристы старшего возраста предпринимаяют с целью отдыха. При этом они предпочитают доверять организацию своего отдыха туристским фирмам, именно у них приобретают поездки 75% туристов.

Как советуют специалисты, изучившие этот рынок, прежде всего, принимая туристов, предварительно установите их возраст у партнера. Никогда не используйте устоявшиеся стереотипы: «пожилой», «преклонный возраст», «золотые годы» и их синонимы. Несмотря на свою возрастную категорию, все они хотят выглядеть моложе своих лет и предпочитают, чтобы с ними обращались как с молодыми.

При комплектовании групп не следует полностью ее составлять из пожилых туристов. Желательно, чтобы в нее входили представители различных поколений. Как показывают исследования, более 60% путешествующих не хотят проводить время в компании людей их возраста.

Обычно эта категория туристов планирует свои поездки заранее, поэтому бронирование осуществляет, как правило, за полгода или за год вперед. При этом они хотят знать все цены на услуги, размещение и транспорт уже на момент заказа. Заинтересованность в стоимости поездки определяется тем, что большая часть пожилых граждан имеет ограниченные финансовые возможности, состоящие из их накопления и пенсий. Именно поэтому основная часть пожилых путешественников предпочитают проводить отдых вне сезона. Туристы преклонного возраста предпочитают теплый климат без резких температурных колебаний, солнечные регионы.

Особое внимание уделяется пожилыми туристами привлекательности места отдыха. Поскольку тенденции таковы, что туристы отходят от пассивного отдыха, сегодня акцент делается на активный, образовательный и познавательный туризм. Туристы преклонного возраста любят посещать национальные парки и исторические места с умеренным климатом. Они приурочивают свои поездки к фестивалям, специальным событиям, включаются в любительские научно-познавательные экспедиции, участвуют в образовательных семинарах. Следует, однако, строить программу таким образом, чтобы туристы имели достаточно времени для полноценного отдыха.

При выборе места размещения для туристов пожилого возраста следует учитывать многие факторы, на которые они обращают внимание. Прежде всего, большее предпочтение отдается небольшим тихим гостиницам и мотелям. Важно также, чтобы гостиница имела удобные подъездные пути от центральных магистралей и хорошую автостоянку.

Гостиницы, специально ориентированные на сегмент гостей пожилого возраста, привлекают повышенное внимание с их стороны, поскольку в них учитываются присущие этому возрасту особенности людей.

Прежде всего, это – медицинское обслуживание и диетическое питание. В номерах предусматриваются такие приятные мелочи, как ночники у каждой кровати, хорошее освещение номера, ванной и коридора, специальный поручень для выхода из ванны и т.д.

На четвертом по важности месте, после стоимости тура, места отдыха и его комфортности, стоит вопрос безопасности. Гостиницы, предназначенные для обслуживания этой категории туристов, должны иметь современную систему охраны и безопасные условия проживания. Наибольшая доля туристов в возрасте 50 лет и старше предпочитает проводить свой отдых в краткосрочных круизах. По данным ассоциации круизной индустрии США, их доля составляет 50% в общем объеме приобретающих круиз.

По наблюдающимся тенденциям, данный сегмент рынка является перспективным и быстро развивающимся, что говорит о рентабельности включения туристических компаний в конкурентную борьбу за него.

#### ***Библиографический список***

1. Гуляев, В.Г. Организация туристской деятельности: учеб. пособие/ В.Г. Гуляев – М.: Нолидж, 2006
2. Дурович, А.П., Копаев, А.С. Маркетинг в туризме: учеб. пособие; под общей ред. З.М. Горбылевой / А.П. Дурович, А.С. Копаев – М.: Экономпресс, 2005
3. Сапрунова, В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг / В.Б. Сапрунова - М.: Ось-89, 2007
4. Воронова, Е.Ю. Практика управления рынком иностранного туризма // Международный бизнес России. 2006. №1 – 2

*Т.Ю. Покровская, Р.Г. Сарвардинова*

### **КОММУНИКАЦИИ В ПОДГОТОВКЕ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ТУРИЗМУ**

Произошедшие за последние десятилетия в нашей стране политические и социально-экономические изменения выдвигают новые повышенные требования к профессиональной подготовке выпускников вузов. В связи с растущими требованиями к профессиональному мастерству, умению делового общения и недостаточным уровнем квалификации выпускников, усилено внимание к проблеме подготовки профессиональных кадров качественно нового уровня. Поэтому главной задачей системы образования в высшей школе на современном этапе является профессиональная подготовка кадров. Требуются специалисты, не только обладающие разноректорным комплексом глубоких и прочных знаний по различным аспектам бизнеса, экономики, но и личности, умеющие конструктивно строить межличностные отношения как в рамках своего социума, так и за его пределами, обладать коммуникабельными и коммуникационными способностями, добиваться выполнения поставленных задач.

В современном обществе коммуникация – это, прежде всего, передача информации, взаимообмен эмоциями, трансляция опыта, обучение, социализация. Важной особенностью данного качества является то, что оно выступает как социально-регулирующий и социально-конструирующий фактор. Это проявляется, прежде всего, в том, что коммуникация выражает собой способ организации и сплочения людей, создает устойчивые межличностные связи, является основанием социальной идентичности, формирует субкультурную среду. Коммуникации открывают новые возможности, освобождая людей от прежних ограничений, систем социального контроля и принуждения, создают новые основания личностного развития. Коммуникация (лат. communicatio) – акт общения, связь между двумя или более индивидами, основанные на взаимопонимании; сообщение информации одним лицом другому или ряду лиц [1].

Коммуникационный процесс в сервисной организации является мощным ресурсом ее развития, так как основу производственного процесса составляет процесс взаимообмена информацией по общим направлениям их деятельности [2]. Деловая коммуникация – многофункциональный процесс практического взаимодействия между несколькими людьми,

порождаемый потребностями совместной деятельности. Это – специфическая форма общения, обмен информацией посредством системы знаков и символов, при котором информация передается целенаправленно, принимается избирательно, а взаимодействие осуществляется в соответствии с определенными правилами и нормами.

Если обратиться к энциклопедическому, социологическому словарям, философской энциклопедии, то во всех перечисленных источниках термин «коммуникация» истолковывается как «путь сообщения, общения». Коммуникация в процессе общения предусматривает, что люди в ходе совместной деятельности обмениваются различными представлениями, идеями, чувствами, настроениями, т.е. информация не просто передается, а формируется, уточняется, развивается.

Профессиональная деятельность менеджера характеризуется многообразием выполняемых функций: разработка стратегии и планирование работы, постановка целей, принятие управленческих решений, проведение совещаний и встреч, поездки и осмотры объектов, работа с документами.

Менеджер по туризму – это квалифицированный управляющий туристическим бизнесом, работа которого направлена не только на удовлетворение запросов клиентов, но и на увеличение прибыли предприятия, развитие и расширение рынка. Подписание важных контрактов, ведение туроператорских переговоров, влияние на рекламную политику и маркетинговые решения, работа с персоналом и клиентами – все это входит в обязанности менеджера. Ему могут подчиняться также и менеджеры более низкого ранга. Деятельность менеджера связана не только с управлением предприятием и персоналом, но и с социально-культурной составляющей туризма. Это подготовка различных мероприятий, выставок, международных конкурсов, а также организация особых туров, приуроченных к важным историческим событиям (празднование 65-летия Победы над фашистской Германией, студенческая Универсиада 2013 года и т.п.). Менеджер по туризму должен в совершенстве владеть английским языком, а также уметь изъясняться еще минимум на двух языках, восточном и европейском.

Менеджерами по туризму также называются специалисты, разрабатывающие туристические программы по какой-то конкретной стране/региону или по какой-либо категории населения, группы интересов (детский, историко-мемориальный, религиозный, спортивный туризм). Эта работа считается самой сложной в области туризма, требует серьезной подготовки и большого практического опыта.

Навыки деловой коммуникации традиционно включаются в состав коммуникативной компетентности менеджера по туризму. В нашем вузе все студенты данной специализации проходят практику в различных туристических фирмах. В рамках подготовки по спортивному туризму также организуются групповые походы на реку Каменку, организуют походы выходного дня в леса Республики Марий Эл, а также многодневные походы, имеющие большое практическое значение и способствующие развитию коммуникационных навыков. Традиционно в октябре-ноябре проводятся походы 1-й категории сложности, где закрепляется полученный начальный туристический опыт. Такие занятия, обусловленные выполнением обязательных требований по руководству категорийными походами, позволяют формировать и совершенствовать организаторские способности человека. Встречи со студентами-туристами разных поколений, разных вузов и городов, позволяют получить не только массу положительных эмоций, которых недостает в повседневной жизни, но и повысить навыки деловой коммуникации, что очень важно для приобретения профессионального опыта. При этом формы коммуникации в критических, предельных ситуациях, требующих объединения усилий и проявления способностей объединять труд и распределять обязанности, весьма специфичны, и их невозможно сформировать в период теоретической подготовки.

Способствует развитию коммуникационных качеств и ряд форм внеучебной работы, когда студенты под руководством преподавателей готовят и организуют проведение дней открытых дверей, презентаций студенческих групп. Однако, несмотря на очевидную значимость подготовки менеджеров по туризму к успешной коммуникативной деятельности, на сегодняшний день при подготовке данных специалистов отсутствуют в системе обучения



нашего вуза и в учебном плане такие предметы, как «Логика» и «Культура общения», формирующие навыки деловой коммуникации. Проблема формирования навыков деловой коммуникации в процессе подготовки менеджеров в программе высшего образования имеет большую практическую значимость, так как специалисты часто испытывают затруднения коммуникативного характера, что сказывается на качестве выполняемой ими работы.

В связи с ранее изложенным, очевидна необходимость повышения коммуникационных способностей студентов в деле их подготовки к менеджерской работе в области туризма, необходимо дать полный объем информации о средствах и методах данного вида деятельности, для каких целей она используется, каких результатов позволяет достичь. Чтобы улучшить ситуацию, необходимо, на наш взгляд, формировать навыки деловой коммуникации в рамках профессиональных дисциплин, используя различные подходы к организации учебного процесса в вузе. Преподавательскому составу необходимо показать социальную значимость этого вида деятельности, как для отдельной личности, так и для общества в целом, что позволит, в свою очередь, повысить профессионализм студенческой молодежи в области туризма.

#### *Библиографический список*

1. Новейший философский словарь: 3-е изд., Мн.: Книжный Дом. 2003. – 1280с.
2. Сафонова, Л.В. Социальные технологии в сфере сервиса и туризма / Л.В. Сафонова - М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 128 с.

*М.Н. Михайлова*

### **ГОСТЕПРИИМСТВО ПО-ПСКОВСКИ ИЛИ КАК ПРИНИМАТЬ ЗАРУБЕЖНЫХ ГОСТЕЙ**

Одним из важнейших понятий, которые используются в истории туризма и гостеприимства, является «гостеприимство». Путешествия были бы невозможны, если путникам нигде было бы остановиться на ночлег и получить провизию. Гостеприимство имеет долгую историю, оно начинается с древней традиции «преломлять хлеб» со странниками. У разных народов мира складывались различные традиции и обычаи встречать гостей.

Термин «гостеприимство» происходит от старофранцузского слова *hospice*, что означает место, в котором путники могли получить кров и еду. В бытовом смысле гостеприимство – это свойство характера человека, отличающегося радушием и хлебосольством, а также традиции встречи гостей в разных культурах. В туризме гостеприимство – это собирательное название системы обслуживания людей, находящихся в путешествии, на отдыхе вдали от своего дома. Гостеприимство включает в себя такие важные направления деятельности, как размещение и питание гостей, предоставление разных услуг.

Путешествия за рубеж для миллионов людей на нашей планете стали неотъемлемой частью жизни с естественным стремлением открыть для себя что-то новое, обычаи и традиции других стран и народов.

Выбирая Россию, как страну для будущего визита, иностранные туристы, как правило, руководствуются следующим:

- возможность заняться любимым делом в среде единомышленников;
- развлечение и потребность в общении с людьми;
- удовлетворение своего любопытства.

В России иностранцев не удивишь ни пятизвездочным отелем, ни европейскими коттеджами, которых у нас много строят. Их удивишь русской культурой, русской кухней, русским бытом. Не надо шикарного отеля. Они везде одинаковы, но надо, чтобы было удобно, и чтобы – по-русски, по-настоящему.

Иностранные туристы, прибывающие в Псков всего лишь на несколько дней, имеют

возможность познакомиться с древней русской культурой и с русским бытом в музеях. Наш город занимает одно из ведущих мест в Европе по количеству архитектурных и археологических памятников и представляет собой богатейшую сокровищницу русской культуры. В Псковской области создано несколько десятков музеев, ставших хранителями истории нашего края. Их фонды насчитывают уникальные коллекции древнерусской живописи, художественного серебра, древние книги и рукописи.

Помимо этого у иностранных туристов, которые решили поближе познакомиться с псковским бытом, есть удивительная возможность быть на званом обеде или ужине, или летом провести выходные за городом в псковских семьях. Псковичи издревле славились своим гостеприимством, ведь традиции гостеприимства в России развиты сильнее, чем в прочих странах, так как у русских всегда было много праздников – религиозных, семейных, общественных. А каждый праздник – это повод пригласить гостей. Ко всем праздникам готовились заранее – тщательно убрались, готовили вкусности, выбирали одежду.

Во многих псковских семьях очень часто бывают иностранные гости. Это туристы из Германии, Голландии, США, Великобритании, Польши, Чехии, Финляндии, Швеции и других стран. Знакомство с русской семьёй, её бытом – всего лишь маленькое событие для иностранного туриста, но в псковских семьях к этому событию готовятся очень серьёзно. Учитываются национальные особенности туристов, их возраст, особенности питания, но особое внимание уделяется составлению меню.

Принимая гостей из-за рубежа, псковичи всегда стараются удивить их русской кухней. Русский национальный стол немыслим без хлеба, блинов, пирогов и каш, без первых холодных и горячих блюд, без разнообразия рыбных и грибных блюд, солений из овощей и грибов; прекрасен русский праздничный стол с его дичью и жареной домашней птицей и русский сладкий стол с его вареньями, коврижками, пряниками, куличами и пр. Говоря о русской кухне в целом, необходимо также остановиться и на её региональных вариантах.

Отличительная особенность псковской кухни – обилие разнообразных закусок. На Псковской земле выращивают не только зерновые, но и огородные культуры – свидетельством этого является обилие в псковской кухне холодных овощных закусок, первых, вторых блюд, в которых присутствуют овощи. Одно из первых мест по степени распространения на Псковщине занимает капуста. Она входит в состав разных кулинарных изделий. На Псковской земле очень популярны капустные салаты, щи по-псковски со сметками, огуречные супы, сырные супы, запеченная утка или курица с мочёными яблоками и др.

К приходу гостей у нас принято подавать на стол всевозможные разносолы: квашеную капусту, мочёные яблоки, солёные грибочки, огурчики, сельдь. Нельзя представить себе псковский стол без солёных и свежих просоленных огурцов: они входят в состав многих блюд – винегретов, рассольников, солянок. Главное место на нашем псковском столе всегда занимает хлеб. Раньше псковский хлеб выпекали в русских печках. Каравай пропекался долго, часов шесть, после чего его вынимали, клали на стол, умывали верхнюю корочку холодной водой и укрывали скатеркой: пусть стынет. Горячий хлеб не ели – зубы попортишь, желудок обожжешь, а вот когда остынет – в самый раз. Ни один стол не сытный, если не поесть хлеба. Большой ассортимент русских супов – щей (по-псковски со сметками), похлёбок, ухи, рассольников, солянок, окрошек, а также многие супы народов наших соседей-государств – украинский борщ и кулеш, белорусские свекольники и супы с клёцками, молдавские супы с курицей и овощами, среднеазиатские супы с бараниной определяют лицо русского национального стола. Нельзя не упомянуть о пирогах – визитной карточке псковской кухни. Какие только не пекут у нас: с мясом, рыбой, творогом, луком, грибами, сметками, капустой. Пироги становятся и десертом, если в качестве начинки используются ягоды и фрукты: яблоки, черника, голубика, малина, калина, брусника, вишня, слива, черёмуха. Одно из самых вкусных блюд – блины с чаем. Чай мы подаём на стол «парами»: небольшой чайник с заваркой устанавливаем на самоварчик. Такой способ подачи чая – чисто русское изобретение, нигде так больше чай не подают. Большое внимание псковичи уделяют сервировке стола. Посуду используем нашу, псковскую, из белой глины.

Для того, чтобы отдых в русской семье был полноценным для иностранного туриста, необходимо предложить тёплый приём для него, создать спокойную, благоприятную и дружелюбную атмосферу. Иностранцам надоели мегаполисы, русская провинция пользуется спросом «в поисках утраченного настоящего», а это значит, что Псковская земля будет становиться с каждым годом всё привлекательнее для иностранных туристов.

---

1. Михайлова, М.Н. Организация питания туристов. Конспект лекций / М.Н. Михайлова – Псков 2009. – 128 с.

*Э. В. Пузанкова*

## **ТУРИСТСКАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНОВ НА ПРИМЕРЕ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ**

Туризм оказывает существенное влияние на экономику и развитие региона, способствуя притоку валюты, созданию новых рабочих мест, улучшению инфраструктуры и т. д. Для получения максимальной выгоды от туризма каждое государство разрабатывает туристскую политику, на основе которой разрабатывается стратегия развития отдельно взятого региона.

Так, в «Стратегии социально-экономического развития Оренбургской области до 2020 года и на период до 2030 года» поставлены основные задачи развития туризма:

- развитие лечебно-профилактического сегмента рекреации, ориентированного на население, проживающее главным образом в городах с неблагоприятной экологической ситуацией;
- повышение занятости местного населения в сфере туризма;
- увеличение количества охраняемых природных территорий как способ формирования стабилизирующего противовеса техногенным территориям;
- рост значения туристско-рекреационного комплекса в социально-экономическом развитии региона [1].

Кризис наложил определенный отпечаток на развитие въездного туризма в Оренбургской области. Многие жители РФ уже не могут позволить себе выезд за границу, либо в трудный экономический период экономят на отдыхе и этот поток населения выбирает менее дорогие варианты внутреннего туризма. Это шанс для эффективного продвижения на рынок местных туристических маршрутов, домов отдыха, санаториев и проч. Однако, по мнению специалистов, одна из причин, которая мешает развитию туристического бизнеса в регионе – это отсутствие грамотно продуманной рекламной кампании. Рекламный бюджет либо отсутствует, либо деньги расходуются нерационально вследствие определённых причин, как: проведением рекламной кампании занимается не профессионал; консерватизм руководства; неумение маркетолога объяснить с финансовой точки зрения эффективность той или иной рекламы; редко разрабатывается партизанская реклама.

Вторая проблема – это недостаточная финансовая поддержка со стороны государства. С 2007 по 2010 года на территории региона проходила программа "Развитие туризма в Оренбургской области". Общий объем финансирования составил 71,2 млн рублей:

- в 2007 году - 11,8 млн рублей;
- в 2008 году - 20,4 млн рублей;
- в 2009 году - 18,8 млн рублей;
- в 2010 году - 20,2 млн рублей [2].

Третья проблема – слабо развитая инфраструктура и низкий уровень сервиса. Так, для более комфортного пребывания иностранных, да и наших туристов на территории области крайне актуальной является работа по строительству общественных туалетов, придорожных центров и кафе с современным уровнем комфорта, особенно по пути основных туристических

маршрутов и в местах отдыха. В развитии въездного туризма особое внимание уделяется организации культурной программы.

Оренбургская область обладает значительным культурным потенциалом, однако на данный момент он используется не в полной мере. В рамках программы «Развитие туризма в Оренбургской области на 2007-2010» разработан ряд историко-краеведческих маршрутов:

- история основания Оренбургской губернии «Орск-Красногор-Оренбург»;
- А.С.Пушкин в Оренбуржье: «По следам «Капитанской дочери» от Оренбурга до Уральска»;
- ранние цивилизации на земле Оренбуржья «Сарматско-савроматская культура»;
- «По Аксаковским местам» [2].

Однако в данных проектах недостаточно внимания уделяется культурно-развлекательной программе, а также способам и методам информирования и привлечения населения к данным маршрутам. В связи с этим нами был проведен анализ рынка, определена целевая аудитория (ученики начальной школы и их родители, ученики 5 – 7 классов, литераторы, художники). Среди целевой аудитории был проведен опрос, для каждой возрастной категории (от 6 и до 14 лет и от 18 и старше) был разработан свой набор вопросов.

В соответствии с полученными данными был выделен следующий механизм продажи услуги «Экскурсионный маршрут в заповедную зону музея С.Т.Аксакова (Оренбургская область)». Целевой аудиторией являются дети возраста от 6 до 14 лет, одной из точек взаимодействия является школа и уроки русского языка и литературы. Необходимо наладить контакты со средними школами Оренбурга и Оренбургского района, а в дальнейшем охватить всю Оренбургскую область, близ лежащие города и села Республики Башкортостан и Самарской области, согласовать посещение уроков литературы, русского языка, географии, краеведения, биологии, экологии организаторами туристического маршрута. Такие уроки могут проходить в открытой форме, с посещением родителей. Второй путь продаж – распространение через социально-ответственные организации, которые оплачивают часть стоимости путевки для своих сотрудников и их детей. Необходимо проводить презентации в вузах, особый упор делать на филологических, дизайнерских факультетах, а также в школах искусств, на литературных вечерах в библиотеках.

Нами был проведен финансово-экономический анализ данного инвестиционного проекта, по данным которого срок окупаемости составит 1-1,5 года, доход на капитал составит 24,4 % в год, индекс доходности составит 41,5.

Подводя итоги, нужно отметить, что роль туризма в позиционировании региона трудно переоценить. И создание широко известного экскурсионного маршрута среди жителей Оренбургской области и соседних субъектов РФ несомненно увеличит известность и статус самого региона.

#### *Библиографический список*

1. Стратегия социально-экономического развития Оренбургской области до 2020 года и на период до 2030 года;
2. Программа "Развитие туризма в Оренбургской области на 2007 – 2010 гг."

**С.Ю. Святкина**

### **ЭФФЕКТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА И ПРОБЛЕМЫ ЕГО СТАНОВЛЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ**

Сельский туризм означает более широкое понятие, чем отдых в деревне, сельской местности. Деревня понимается как посёлок, жители которого занимаются сельскохозяйственными работами и ремеслами, или тип производственных, бытовых отношений и поселения в данной территории, который является противоположностью городу. Сказанное составляет рекреационные ресурсы деревни или рекреационную среду деревни.

Провести время в подобной обстановке туристов побуждают различные мотивы и предпочтения в организации проведения своего свободного времени.

Обобщая концептуальные подходы к понятию «сельский туризм» в разных странах, можно предложить следующее определение: **сельский туризм** — сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и ее особенностей для создания комплексного турпродукта. Обязательным условием является расположение средств размещения туристов в сельской местности или малых городах без промышленной и многоэтажной застройки.

Сейчас в России объекты сельского туризма развиваются по трем моделям. Первая – это туристические агрофермы, построенные по европейским аналогам, вторая – объекты, построенные на базе существующих фермерских хозяйств, третья – создание крупных агро-туристических комплексов. Создание Федеральных маршрутов сельского туризма – перспектива дальняя, и она не обозначена в туристском законодательстве и в настоящих концепциях развития туризма. Внесение в закон этой понятийной категории и определение статуса федерального маршрута, института действенной финансовой и организационной государственной поддержки, как на федеральном, так и региональном уровне для обустройства инфраструктуры – задача актуальная, и ее следует активно ставить перед законодателем.

Выбор эффективной модели реализации сельского турпродукта зависит, прежде всего, от туристско-рекреационных возможностей региона, в частности, наличия средств размещения, природных, исторических и социально-культурных объектов. Также выбор зависит от поддержки государственного управления на всех уровнях.

Сельский туризм является альтернативным видом деятельности, который предотвращает миграцию населения из сельской местности и дальнейшую деградацию села. Данный вид туризма выгоден любой дестинации в социальном плане, так как обеспечивает дополнительные рабочие места среди сельского населения, возрождает национальные традиции сельской жизни, культурно-бытовые обряды, ремесла, пополняет местные бюджеты и повышает уровень жизни в дестинации.

Сельский туризм, при условии эффективного менеджмента, способен реально улучшить качество жизни в сельской местности, особенно в демо- или агродепрессивных и экономически отсталых районах. В частности, сельский туризм может выступать как основной источник поступлений в местные бюджеты. Важным механизмом менеджмента сельского туризма является установление конструктивного диалога и партнерства между органами власти и бизнесом. Это необходимо, в первую очередь, по условиям потребности перестройки сельской экономики [1].

Несмотря на положительное влияние туризма на сельские поселения, существуют проблемы, которые замедляют развитие сельского туризма в регионах. К таковым относятся:

- нескоординированность деятельности по развитию сельского туризма на федеральном, региональном и местном уровнях, отсутствие рационального подхода к регулированию туристских потоков;
- неразвитость управленческой структуры туризма, что препятствует цивилизованному объединению усилий туристских организаций для наращивания туристского потенциала регионов;
- отсталость местной туристской инфраструктуры: отсутствуют благоустроенные сельские гостиницы и гостевые дома, плохое состояние дорог и др.;
- низкое качество предоставляемых предприятиями услуг, недостаточное информационное обеспечение туристских маршрутов и мест отдыха;
- отсутствие устойчивых партнерских отношений с российскими и иностранными туристскими фирмами, заинтересованными в сотрудничестве с туристскими организациями района, в том числе работающими преимущественно в сельской местности;
- отсутствие финансовой поддержки сельского туризма со стороны как региональных администраций, так и местных сообществ;

- инертность деревенских жителей, их нежелание заниматься туристским бизнесом (боязнь риска), страх принимать у себя в доме незнакомых людей и проблемы обеспечения безопасности отдыхающих в селе;
- незнание основ туристской индустрии и гостеприимства у сельских жителей, готовых принимать гостей, нежелание и (или) неумение предоставлять дополнительные туристские услуги, кроме размещения;
- отсутствие на местах обучающих и консультационных центров, где можно было получить знания и консультации по основам предпринимательства и организации сельского туризма [2].

Система управления сельским туризмом должна строиться на основе существующей системы органов государственной власти и органов местного самоуправления и представлять собой совокупность объединенных в единое целое государственных органов управления, которые должны взаимодействовать друг с другом.

Современный сельский туризм в России испытывает определенные трудности в своем становлении. К таковым в первую очередь относятся: отсутствие достойной инфраструктуры, квалифицированных кадров-специалистов по сельскому туризму, финансовых возможностей и опыта разработки и реализации программ продвижения сельского туризма в России и за рубежом.

Отдых в сельской местности вполне естествен и близок народам всех стран, поэтому спрос на него растет. При соответствующей поддержке представителей власти, бизнеса и общественности, а также использовании прогрессивных форм и методов организации, сельский туризм может стать перспективным и доходным видом деятельности для многих регионов Российской Федерации.

#### ***Библиографический список***

1. Ефремова, М.В. Организационно-экономические основы развития туризма в России: монография/ М.В. Ефремова - издательство Нижегородского госуниверситета, 2004. – 317с.
2. Баканова, А. А. Функционирование и реализация системы сельского туризма в регионе / А. А. Баканова // Туристские фирмы. – 2007. - № 43 (11). – С. 113-115.
3. АгроПортал. Сельское хозяйство в России. // Режим доступа: [www.agro.ru.com](http://www.agro.ru.com).

***А. В. Ткачева***

### **РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН**

Сфера туризма на современном этапе развития мирового хозяйства является одной из наиболее динамично развивающихся сфер в международной торговле услугами. По данным Всемирного Совета по туризму и путешествиям в 2007 году доля туризма в мировом ВВП составила 3,6%, а с учетом вклада сопутствующих отраслей – 10,4% [1].

Республика Татарстан имеет высокий туристско-рекреационный потенциал. Несмотря на то, что доля туризма в валовом региональном продукте республики – на уровне российского показателя, т.е. составляет 0,5%, а с учетом мультипликационного эффекта 6,7%, темпы роста туристских прибытий за последние 4 года составили 10-12%, , при этом в 2007 году Татарстан посетило более около 770 тысяч туристов и порядка полумиллиона экскурсантов, а объем туристско-экскурсионных и санаторно-курортных услуг составил порядка 2,1 млрд руб [1].

Учитывая природные, исторические, социальные и культурные условия Республики Татарстан, перспективным направлением развития преимущественно аграрных территорий эксперты называют экологический туризм. Согласно данным Мирового Совета по туризму и экскурсиям (WTTC) и Всемирной туристской организации (WTO), экологический туризм сегодня – наиболее динамично растущий сектор в индустрии туризма. По оценке WTO, экотуризм составляет 20% мирового рынка туризма со стоимостью \$30 млрд. в год. При этом канадские ученые утверждают, что оценки по доходам занижены в 5-7 раз по сравнению с

реальной ситуацией. Экологический туризм – это природный туризм, способствующий охране природы. Он подразумевает целенаправленные путешествия в природные территории, с целью более глубокого понимания местной культуры и природной среды, которые не нарушают целостность экосистемы, при этом делают охрану природных ресурсов выгодной для местных жителей. Термин «экотуризм» был предложен в 80-х годах предыдущего столетия мексиканским экономистом-экологом Гектором Цебаллос-Ласкурье. Экотуризм возник вполне обоснованно как реакция общества на далеко зашедшую по масштабам воздействия на природу индустриализацию. При таких темпах освоения и, следовательно, загрязнения окружающей среды появляется опасность потери относительно нетронутых уголков природы. Разумеется, туриста больше интересует не вклад в сохранение природы, а непосредственное знакомство с конкретным участком биосферы Земли, со всеми его отличительными особенностями, а также с культурой местного населения. Защита окружающей среды выступает здесь в качестве полезного внешнего эффекта.

Предполагается, что на пути к экотуризму республика изначально должна создать комфортные условия для отдыха и ведения бизнеса, а именно: дороги, маршруты, гостиницы, иные объекты инфраструктуры, информационное обеспечение и поддержку, кадровый потенциал.

Для Татарстана с его богатым природным, историко-культурным потенциалом осмысление экотуристской проблематики имеет особую актуальность: растущая популярность экотуризма в мире обязывает Татарстан не отставать и обеспечить своевременное вхождение в этот процесс. Туристический продукт Татарстана находится в стадии формирования, разработка стратегии развития еще не завершена, что требует точного определения места и роли в нем экотуризма. Последний содержит новые и дополнительные возможности для развития сельских поселений, малого бизнеса в самых отдаленных и экономически бесперспективных селах, со всеми вытекающими социально-культурными последствиями.

Географические, климатические и природные условия Республики Татарстан дают полное основание говорить о большом потенциале региона в сфере развития экологического туризма. На сегодняшний день в республике насчитывается 126 памятников природы, в том числе 19 лесных, 12 ботанических, 8 зоологических, 7 геологических, 13 комплексно-ландшафтных; кроме того, 29 рек и 33 озера [1]. В Татарстане располагаются Волжско-Камский государственный заповедник, национальный парк "Нижняя Кама", дендрологический сад, 30 заказников, 3 курортные зоны. Выделяются несколько туристских зон и центров, которые имеют международное и федеральное значение. Например, Казань и близлежащие республиканские туристские центры, расширяющие туристскую зону столицы республики: Зеленодольский район (Раифа, остров-град Свияжск); Верхнеуслонский район (Печищи, Медведково); Лаишевский район (Лаишево, Державино, Никольское, Сокуры, р. Волга и Кама). Это живописный уголок природы, обрамленный хвойными лесами, с большим количеством чистых озер. Помимо Куйбышевского водохранилища здесь располагаются Саралинский участок Волжско-Камского государственного заповедника, Толбищенский охотничий заказник. Большим разнообразием отличаются структура и состав флоры и фауны территории. Животный мир района представлен 205 видами птиц, 19 из которых занесены в Красную книгу РТ и международную Красную книгу. В первую очередь примечательны орланы-белохвосты. В Европе нет другого места такой концентрации этих птиц – на площади всего 4 тыс. га гнездится 8 пар орланов. Пестречинский район (с. Пестрецы, Кокушкинский заказник, р. Меша); Арский район (Арск, Кырлай, Кошлауч, ботанические и зоологические комплексные памятники природы, озерная система). Живописная природа Мамадышского района, богатый животный и растительный мир девственных сосновых лесов, чистый воздух и абсолютная тишина, благотворно влияющие на нервную систему, – все это в совокупности делает район одним из наиболее привлекательных для развития экологического туризма. В конце 2004 года на территории Мамадышского района был создан природный заказник «Берсут» бщей площадью более 17 тыс. га, основная его цель – сохранение 28 редких видов представителей флоры и фауны, занесенных в Красную книгу. Болгарская туристская зона, включая Болгарский

государственный историко-архитектурный музей-заповедник, Спасский заказник, Куйбышевское водохранилище в пределах района, городище Сувар. Елабужская туристская зона, включая территорию Елабужского государственного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника, Национальный парк "Нижняя Кама", р. Кама и Тойма в пределах района. Билярская туристская зона, включающая Билярский государственный историко-археологический музей-заповедник (в т.ч. "Святой ключ"). Чистопольская туристская зона, включающая г. Чистополь, заказник "Чистые луга", р. Каму в пределах района, городища Жукотинского княжества Волжско-Камской Булгарии, с. Кутлушкино. На наш взгляд, связать некоторые из данных географических точек позволит проект "Жемчужное ожерелье", который, по мнению специалистов [1], сможет конкурировать с популярным "Золотым кольцом России".

Таким образом, благодаря уникальным природным ресурсам и сохранившимся до настоящего времени культурно-историческим памятникам, в Республике Татарстан имеются хорошие условия для развития экологического туризма. Экологический туризм может и должен стать одним из приоритетных направлений развития экономики Республики Татарстан.

*Т.Ю.Щукина*

## **ВЗГЛЯД ПУТЕШЕСТВЕННИКА. О БОГОРОДСКЕ**

**Мифология места и туризм.** Богородск - на первый взгляд путешественника обычный нижегородский районный центр, прекрасно знакомый многим транзитным туристам. На улицах города сохранилось достаточное количество старинных купеческих особняков, которые местные жители продолжают называть по фамилиям бывших хозяев, хотя уже давно наступил новый XXI век.

Красивый и уютный городок Богородск вырос из небольшого поселения XVI века, расположенного на старинном гужевом тракте Нижний Новгород - Муром. В XIX веке округ Богородска в шутку называли "Нижегородским Версалем", поскольку здесь было расположено много помещичьих усадеб. В настоящее время наследники романтической эпохи городской жизни пытаются сохранить свою традиционную культуру, обогащая её легендами и преданиями, которые могут стать благодатной основой для маркетинга тех далёких времён. Современный туризм уже давно использует мифологические знания, которые в экскурсионной практике позволяют по-новому воспринимать историческое городское пространство. Для этого мы предлагаем целенаправленное конструирование образа Богородска посредством мифологизации пространства через систему легенд, преданий, связанных с этими местами.

Допуская художественный вымысел, предания воспроизводят картины былых времен, повествуют о славных делах людей, сыгравших немалую роль в истории родного края. Они касаются не только крупных исторических событий, но подчас и мельчайших деталей жизни, быта, человеческих отношений, которые существовали когда-либо. В легендах больше вымышленного и таинственного. В них изображаются необыкновенные приключения, чаще всего, они проникнуты религиозно-мистическим духом. Легенды и предания близки друг к другу по содержанию. В них идёт речь о заселении земель, об основании городов и деревень, о борьбе против иноземных завоевателей. Изучены и записаны легенды и предания Нижегородской области энтузиастами и любителями фольклора П.И.Мельниковым-Печерским, Н.А.Добролюбовым, краеведом А.С.Гациским и другими. Существует несколько легенд и преданий о происхождении села Богородское.

1. В лихие времена это было. Ехал купец, а в лесах, что были тут, промышляли разбойники. Остановился купец на ночь и стал молиться Богородице, чтобы спасла его. Разбойники его не тронули, а так и ночь прошла. И воздвиг на этом месте купец сначала часовню, а потом и церковь Богородицы. Первое упоминание о селе Богородское свидетельствует, что село было разделено на две улицы между двух рек, рядом было озеро. Если мы с Вами сейчас "расшифруем" эти свидетельства, то получится: первые улицы - это



нынешние: Серп и Молот; реки - это первая и вторая Рязанка, озеро - Кабацкое, раньше в этих местах располагалось питейное заведение.

2. "Легенда о Крутой горе". В северо-западной части Богородска находится небольшая гора, метров 60 высотой. Ту гору издавна называют "Крутой горой". В настоящее время на крутых склонах ее видны лишь разливы глинистой почвы, кое-где тощая трава, полынь и сорные растения. Между тем эта гора с озером была довольно примечательна в прошлом. Лет сто назад она являлась одним из самых примечательных мест крепостного села Богородского. Сооружение горы и озера началось в 1800 году и производилось несколько лет. Для работы привлекались не только мужчины, но и женщины и подростки. Это была поистине каторжная работа, напоминающая строительство фараоновых пирамид. Потом были проложены удобные дорожки, по бокам их посажены редчайшие деревья, установлены скамьи и кресла для отдыха. А на вершине горы был построен роскошный павильон, из которого представитель рода Шереметевых мог любоваться красотами своих обширных владений. Озеро первоначально имело очертание женского тела и было заполнено чистой водой. Посредине озера строители оставили небольшой островок, и на нем была возведена причудливая беседка. К беседке была проложена дорожка, а в озеро выпущена рыба, на берегу разведен обширный цветник. Парк был разбит на площади 10 десятин и засажен ценными деревьями. Довольно интересные исторические источники, которые можно использовать в экскурсионной практике, связаны с топонимикой городских улиц.

**Улица Ленина** - главная улица города Богородска. Свое название она получила в начале 30-х годов, через несколько лет после смерти В.И. Ленина. Это самая протяженная улица Богородска, её общее расстояние близко к 3-м км. В начале XX века ее называли "Большая дорога" или просто "Большая". Главной улицей села Богородского она становится в конце XIX - начале XX веков. На ней начинается строительство двухэтажных домов - как каменных, так и деревянных, богато украшенных резьбой и надстройками. По традиции прежних лет на первых этажах размещали помещения "под торговлю" и небольшие конторки. В верхних этажах проживала семья хозяина. Нередко одному владельцу принадлежали сразу несколько особняков. В исторической памяти современных богородчан сохранились фамилии Обжориных, Сургутовых, Александровых, Санкиных, Головастиковых. Большой ряд домов принадлежали горбатовским купцам Марковым.

**Улица Данилова.** Эту улицу местные краеведы считают одной из первых улиц нашего города. Отсюда началось заселение Подолья, Заовражья переселенцами из Великого Новгорода в 1570 году, которые в память о своих родных местах называли ее Старые Валдай. Возможно, что и престольный праздник улицы - Глядево - имел отголосок новгородской традиции. Далеко за околицу села, на высокую гору близ Березовки ходили некогда жители Валдаев - себя показать и других посмотреть. На этом празднике и происходил пригляд невест.

**Вадский конец.** До начала XX в. Вадским (адским) концом называли ту часть с. Богородского, которую сегодня занимают улицы Некрасова, Горшечная, К.Либкнехта, 3-го Коминтерна, Героя Усилова и Р. Люксембург. Старожилы рассказывали, что "адским концом" назвал эту часть села барин Шереметев, часто навещавшийся сюда, чтобы сделать заказы на горшки для своих оранжерей.

**Усадьба Рукавишниковых - Приклонских.** В древнем селе Подвязье, расположенном в Богородском районе Нижегородской области, деревянный храм существовал уже в XVI веке. В конце XVIII столетия в Подвязье сохранялось по-прежнему два храма: кирпичный и деревянный. К тому времени село находилось уже во владении директора Московского университета Михаила Васильевича Приклонского. В 1818 году следующий владелец усадьбы в Подвязье - Андрей Богданович Приклонский - в память победы над Наполеоном возвел необычный для русской национальной архитектуры храм-ротонду. В советское время этот церковный комплекс, как и вся усадьба Приклонских, пришел в упадок. Сегодня барский дом частично подведен под крышу, протянуты необходимые коммуникации. Остальные усадебные постройки законсервированы, так что их фундаменты уже "не уйдут". Разработан проект реставрации усадьбы. Расположенная всего в 50 километрах от Нижнего Новгорода, она может

стать туристическим брэндом всего Богородского района, ощутимо подняв его статус. Рядом с усадьбой, но вне ее территории, вполне могут появиться и гостиничный комплекс, и сувенирные лавочки, и кафе, и даже элитный коттеджный поселок. Сосуществование музейной зоны и дорогого жилья вполне возможно. Главное - умелая организация дела.

*О.Н. Соколова*

## **СОЗДАНИЕ И ОБОРУДОВАНИЕ ЭКСКУРСИОННЫХ ТРАСС В РЕГИОНАХ РФ. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В настоящее время, несмотря на огромное количество научных и научно-популярных изданий по проблемам туристской отрасли не существует точной методики проектирования туристских маршрутов, готовой к применению региональными туроператорами. Формируя максимально насыщенный тур, компании-организаторы стараются как можно удобнее соединить экскурсионный маршрут (оптимальный путь знакомства с достопримечательностями) и комплекс услуг по перевозке, питанию и размещению туристов. Но пока еще недостаточно изучены вопросы оценки вариантов систем транспортных туристских маршрутов. Если раньше в основном использовались технико-экономические показатели, то в последнее время все в большей степени к оценке вариантов туристских маршрутов привлекаются социальные и экологические показатели, хотя они еще не получили достаточно четкого измерения в определенных единицах измерения и в методике их приведения к общему знаменателю, осуществляемому в балльной оценке. Поэтому назрела проблема разработки методики оценки и сравнения вариантов транспортных туристских маршрутов на многокритериальной основе, которая позволила бы более эффективно развивать региональные туристские сообщения.

Профессор В.Г. Гуляев предлагает следующие этапы разработки и утверждения отдельного транспортного маршрута: исследование туристских ресурсов по предполагаемой трассе маршрута; выявление ограничений по потреблению туристских ресурсов; маркетинг рынка на туристские услуги по данной трассе маршрута; определение типа маршрута; построение эскизной модели маршрута; определение категории дорог и их состояния; построение трассы маршрута; привязка маршрута к пунктам жизнеобеспечения; разработка схемы безопасности на маршруте; разработка карты скоростей маршрута; разработка паспорта маршрута; согласование паспорта с соответствующими службами; пробная обкатка маршрута без пассажиров; внесение изменений в схему маршрута после обкатки; утверждение паспорта маршрута.

Конструирование рациональной системы туристских маршрутов, которые отвечают требованиям перспективного развития потребностей в туристских перевозках и принятым критериям оптимизации, базируются на расчете туристских корреспонденций на период 5-7 лет, когда исходные данные прогнозируются с достаточно высокой степенью достоверности и сопоставимы с существующим положением.

Предлагаемая разработка системы транспортных туристских маршрутов для отдельного региона сводится к достижению следующих условий и параметров оптимизации:

- трассы маршрутов определены с учетом конкретных элементов магистральной сети путей сообщения (включая все необходимые виды транспорта);
- каждый маршрут в отдельности связывает пункты образования туристских потоков с туристскими ресурсами или, с транспортной точки зрения, объектами туристского тяготения (исторический центр города, музей, храм, памятник, значительное культурное или спортивное событие и т.д.) по сети путей сообщения, как правило, кратчайшими путями;
- каждый маршрут имеет равномерную загрузку по всей его длине, что обеспечивает экономическую эффективность функционирования маршрута;
- количество маршрутов оптимизируется по критериям спроса на соответствующие сообщения;

- протяженность маршрута оптимизируется как по ранее указанным критериям, так и по условиям работы водителей, требованиям санитарно-гигиенического обслуживания пассажиров и эксплуатации подвижного состава;

- конечные пункты маршрутов привязываются к объектам туристского тяготения с наибольшей емкостью;

- маршрутная система должна обеспечивать координацию работы всех видов транспорта в части создания удобных пересадочных узлов с одного вида транспорта на другой.

Следует указать, что приведенные целевые параметры оптимизации маршрутной системы направлены на улучшение сложившегося уровня транспортного обслуживания туристов, которое включает:

- 1) максимальный охват ОТТ;

- 2) возможно меньшую величину затрат времени при прокладке маршрутов по кратчайшим путям.

Наряду с этим учитывается расположение объектов инфраструктуры: магазины, туалеты, медпункты, пункты питания и другие объекты обслуживания туристов.

Значительную сложность при формировании маршрутных систем создает поиск наиболее отвечающих местным условиям сочетаний теоретически возможных связей пунктов тяготения туристских корреспонденций. Обычно задачу выбора маршрутов решают сравнением большого количества вариантов. В связи с этим возникает сложность выбора оптимального варианта маршрутной системы, а, следовательно, прогноза ее экономической эффективности. Сегодня особенно важно сочетание потребительской целесообразности, технической возможности и максимальной доходности системы и отдельных маршрутов. Для решения этой задачи необходимо сократить первичную базу для выбора вариантов, исключив невозможные для реализации и, индивидуально по каждому маршруту, экономически нецелесообразные (если прогнозируемый пассажиропоток на маршруте недостаточен по экономическим соображениям).

Краткое описание турпродуктов конкретизируют в проектах обслуживания туристов. Разработка программы обслуживания включает определение:

- 1) маршрута путешествия;

- 2) перечня туристских предприятий – исполнителей услуги;

- 3) периода предоставления туров каждым предприятием-исполнителем услуги;

- 4) состава экскурсии и достопримечательных объектов;

- 5) перечня туристских походов, прогулок;

- 6) комплекса досуговых мероприятий;

- 7) продолжительности пребывания в каждом пункте маршрута;

- 8) количества туристов, участвующих в путешествии;

- 9) видов транспорта для внутримаршрутных перевозок;

- 10) потребности в инструкторах-методистах по туризму, экскурсоводах, гидах-переводчиках, другом обслуживающем персонале и необходимой дополнительной их подготовки;

- 11) необходимого количества транспортных средств;

- 12) форм и подготовку рекламных, информационных и картографических материалов, описания путешествия для информационных листовок к туристским путевкам.

#### ***Библиографический список***

1. Черных, Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: учеб. пособие / Н.Б. Черных – М.: Советский спорт, 2002

2. Организация туризма: учеб. пособие / А.П. Дурович, Г.А. Бондаренко, Т.М. Сергеева и др.; под общ. ред. А.П. Дуровича – 2-е изд. испр. – Мн.: Новое знание, 2005 стр.554-555

3. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»// «Собрание законодательства РФ», 02.12.1996, N 49, ст. 5491; (в ред. Федеральных законов от 10.01.2003 N 15-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 05.02.2007 N 12-ФЗ)

*А.В. Крылова*

## **ЭТИКА РЕКЛАМЫ ТУРФИРМЫ И ТУРПРОДУКТА**

Реклама оказывает мощное влияние на потребителя и обеспечивает турфирме рост доходов. Однако даже рекламный рынок индустриально развитых стран Запада создает прецеденты неэтичной рекламы. В России, где темпы развития туристской рекламы значительно отстают от темпов развития самого рынка туристских услуг, проблема качества такой рекламы является актуальной. Цель статьи состоит в том, чтобы выявить взаимовлияние рекламы на потребителя турпродукта, равно как и возможности общественного воздействия на рекламную деятельность, а также нравственные дилеммы, которые при этом возникают.

Отличительные черты рекламы как одного из главных средств маркетинговых коммуникаций в сфере туризма определяются как спецификой рекламы, так и особенностями туристской индустрии и ее товара – туристского продукта [3,230]:

- неличный характер (коммуникационный сигнал поступает к потенциальному клиенту не лично от сотрудника фирмы, а через СМИ);
- неопределенность с точки зрения измерения эффекта (обратная связь в рекламной деятельности носит вероятностный характер);
- броскость и убедительность (специфика туристских услуг обуславливает необходимость использования наглядных средств (картин, фото), обеспечивающих наиболее полное представление об объекте туристского интереса);
- комплексность (на впечатление, которое остается у туриста после потребления турпродукта, влияет множество факторов (поведение горничной, официанта);
- неосвязаемость, нематериальный характер (туруслугу невозможно продемонстрировать, увидеть, попробовать или изучить до получения);
- услуги, которые, в отличие от традиционных товаров, не имеют постоянного качества, вкуса, полезности, нуждаются в приоритетном развитии таких функций рекламы, как информирование и PR[5].

Особенно много этических проблем возникает при использовании интернет-рекламы: есть опасения вторжения в частную жизнь людей, продажи другим заинтересованным сторонам списков потребителей, использование личной информации потребителя в рекламных целях, получение доступа мошенников к информации о кредитных карточках (при совершении покупки «он-лайн»), трата средств со счета потребителя и др.

Много нареканий нравственного толка вызывают и иные виды рекламы турфирм. Так, в 2004 г. Нижегородское территориальное управление наложило штраф на директора турфирмы «Солианс-НН», распространившей в газете «Экстра-Н» неэтичную рекламу, нарушающую общепринятые нормы морали- объявлении было проиллюстрировано изображением женских ягодиц [2].

Наиболее известны своей эпатажностью рекламные кампании турфирм Екатеринбурга. Вокруг шуточной щитовой рекламы турфирмы «Виста» в 2006 г. разгорелся весьма нешуточный скандал. Броские рекламные лозунги с предложением «Закопать тещу в песок за 399 у.е.»и «Сбросить маму в море недорого»в антимонопольном комитете города расценили как призыв к насилию. Авторы идеи тем временем уверяют, что ни одна из тещ не пострадала [2]. Самой запоминающейся в Екатеринбурге в прошлом году признана рекламная кампания турфирмы «Крылья»[2]. Идея строится на броском визуале - крупном изображении пляжной одежды. В связке со слоганами эти изображения приобретают дополнительные смыслы: мужские «семейные плавки»- для «настоящего семейного отдыха», женский купальник - для

«открытия купального сезона». Подобное для наружной рекламы - редкость, поэтому привлечение внимания гарантировано. Равно как и поругание морали.

Итак, как же регулируются отношения в сфере рекламного бизнеса в РФ? Известны три способа:

- саморегулирование (для того, чтобы реклама была этичной, необходим здоровый нравственный климат в самом рекламном агентстве, т.е. большое значение имеет контекст, в котором создается реклама);
- регулирование со стороны бизнеса (конкурентная практика ведет к тому, что злоупотребляющие «чернухой» турфирмы быстрее «выживают» с рынка из-за потери интереса к ним возмущенных потребителей);
- государственное регулирование.

Государство под давлением общественности создает законы, правительственные комитеты, отделы и организации, занимающиеся контролем рекламной деятельности. Согласно Федеральному закону «О рекламе РФ» [1] ненадлежащая реклама выражается в виде: недобросовестной рекламы (содержит некорректные сравнения с конкурентами); недостоверной рекламы (содержит сведения о товаре, не соответствующие действительности и использует термин «лучший»); неэтичной рекламы (содержит информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали, порочащая произведения искусства); скрытой рекламы (реклама, которая не осознается потребителем, реализованная посредством двойной звукозаписи, небольшой вставки в художественных фильмах, в виде ссылок на сайт и компанию на форумах); заведомо ложной рекламы.

Дабы не попасть под определение «ненадлежащая реклама», реклама экзотических туров должна содержать все специфические черты подобного путешествия. Реклама должна предупреждать потребителей о том, что есть определенные ограничения, что это не всем доступно и полезно. Если же подобная информация не прописана в рекламном объявлении или ролике, фирма должна предоставлять ее клиенту при первом же обращении.

Компании, практикующие интернет-рекламу, должны тщательно защищать свои базы данных от доступа к ним посторонних лиц, полностью сообщать потребителям о целях сбора их личной информации и уважать желание потребителя, попросившего удалить его имя из базы данных.

Кроме того, Комитет рекламы намерен инициировать принятие поправок в закон «О рекламе». Согласно им он сможет самостоятельно выдавать операторам «наружки» предписание о демонтаже, если посчитает размещенную рекламу неэтичной. Планируется увеличить штрафы за ненадлежащую рекламу. Благоприятный эффект на развитие рекламного бизнеса окажет расширение сети этически ориентированных рекламных агентств, которые не только выступали бы изготовителями рекламы, но и давали профессиональные рекомендации, осуществляли медиа-исследования.

Реклама может балансировать на грани этики, тем не менее, совсем забывать об этих законах не следует. Примерно так можно обобщить мнения членов экспертного совета Уральского ТурСервера, принявших участие в обсуждении «Нужна ли нам скандальная реклама?» [4]. Многие видные представители турбизнеса полагают, что оптимальный вариант - реклама вызывающая, но не нарушающая этические законы.

Итак, рекламная практика пока еще не является идеальной в смысле соблюдения юридических норм рекламного законодательства и норм этики. И, тем не менее, определенные положительные сдвиги в этом процессе уже намечены. Если общество живет по нравственным законам, то и реклама отвечает морально-этическим принципам. Поэтому, изучая рекламу, можно делать выводы о состоянии общества в целом. Со своей стороны и реклама влияет на нравственность общества, а законы этики неотделимы от законов успешного и долгосрочного бизнеса.

#### ***Библиографический список***

1. Закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ//[www.consultant.ru/popular/advert/](http://www.consultant.ru/popular/advert/)

2. ИА "Альянс Медиа // <http://www.allmedia.ru>
3. 3. Музалевская, Н.Б. Реклама в туризме: специфика применения / Н.Б. Музалевская // Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. Вып.2. – С. 229-233.
4. 4. Представители уральского турбизнеса не против эпатажной рекламы, но против пошлости // [http://www.turprofi.ru/news/\\_aview\\_b371841cat6160](http://www.turprofi.ru/news/_aview_b371841cat6160).
5. 5. Реклама в индустрии туризма // Интернет-журнал «Реклама в туристическом бизнесе»// <http://www.pr-dialog.ru/>

*Ю.П. Балакин, Н.В. Мордовченков, И.В. Поляков, Д.М. Щербалев*

## **ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ ИНСТИТУТА ДЕВЕЛОПМЕНТА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

В современной инфраструктуре строительства и дизайна появились новые факторы институциональной экономики. Создаваемые ими с точки зрения надежности и ответственности здания и агломерации формируют имидж глобальной цивилизации. Роль и значение, оказываемых ими на экономику региона, имеют многофакторный и многофункциональный характер. От уровня их строительства зависит качество жизни граждан, их потребности при формировании комфортных условий функционирования социальной (в т.ч. общественной, ЖКХ) инфраструктуры.

Вместе с тем, сфера деятельности девелоперов имеет существенное значение для финансового капитала. В зависимости от выбранного места отдыха (рекреационно-ландшафтный потенциал) муниципальных образований и человеческого потенциала, степени транспортной усталости, времени доставки на работу, транспортной подвижности, экологического менеджмента в первую очередь зависит качество строительства, качество жизни и уровень экономической безопасности региона.

Девелоперы являются профессиональными менеджерами в кадровом аудите, осуществляя не только операционный и оперативный контроллинг и аудит, но и контрмеры по возможной финансово-экономической угрозе и различным форс-мажорным обстоятельствам. Они способны изменить «вектор» развития бизнес-процесса и бизнес-стратегию. Например, на этапе создания технорабочего проекта девелопер должен осуществлять переговорный процесс с заинтересованными организациями, учреждениями, которые, исходя из миссии, философии субъекта хозяйствования, ее возможностей, как правило, вносят значительные изменения в предложенный проект. В случае, когда девелопер не готов идти на компромисс, эти группы могут воспрепятствовать осуществлению проекта. Девелопер должен учитывать и требования граждан, не ставя под угрозу экономическую жизнеспособность проекта. Для того, чтобы достичь компромисса, девелопер способен переформулировать или даже полностью изменить свою цель как в своих личных интересах, так и в интересах других участников проекта (программы)

Для управления процессом девелопмента необходимо обладать определенными личными качествами, не последним из которых является логика и здравый смысл. Девелопер должен четко представлять себе функцию цели, обладать неоспоримой харизмой, должен быть лидером, иметь авторитетное мнение, и в то же время ему необходимо уметь прислушиваться к мнению других. Девелоперы не могут быть экспертами во всех областях, необходимых для осуществления проекта, и поэтому должны осуществлять координацию взаимодействия с системным консалтингом. Девелоперы сотрудничают с разными людьми: со специалистами по строительству, включая архитекторов, проектировщиков, подрядчиков и консультантов, со строителями различных специальностей, с арендаторами и покупателями, с юристами, банкирами инвесторами, с администрацией города, инспекторским корпусом и группами граждан, с ассоциациями домовладельцев, с лидерами общественных и профсоюзных организаций.

Они должны быть сведущими во многих областях - от кадрового менеджмента (управления персоналом) до вопросов содержания и мониторинга зданий и сооружений: когда

девелоперы покупают участок земли, осуществляют сетевой маркетинг, разрабатывают программу строительства и возможный проект, получают необходимую исходно-разрешительную документацию и микрофинансирование, строят объект, сдают его в аренду, лизинг, управляют им, и, наконец, продают его, участвуя в тендере или заключая концессионное соглашение.

С точки зрения классификации, существует пять основных типов девелопмента: девелопмент разукрупненных земельных участков, жилых зданий, офисных зданий, промышленных зданий, зданий розничной торговли (торговых палаток или центров). Каждый из них имеет свои особенности, но в целом процесс девелопмента проходит следующие стадии: анализ экономической целесообразности проекта, проектирование, финансирование, строительство (кроме девелопмента земли), маркетинг, эксплуатация и управление.

В свою очередь, девелопмент - это тщательно продуманный и специализированный бизнес. Опытные девелоперы, которым сопутствует успех в бизнесе, знают, что необходимо многократно уточнять каждый технологический этап успешного функционирования. Непроверенная статья в документе, неправильная бухгалтерская проводка (в т.ч. при переходе к МСФО), число цифр в корреспондентском счете кредитно-банковского учреждения, выбор исполнителя, например по фундаментстрою, марки бетона, наличие или отсутствие закладных деталей при монтаже оборудования, здания или сооружения могут быть дополнительным и упреждающим источником чрезвычайных ситуаций.

Девелоперы понимают, что в условиях рынка спрос на квалифицированных девелоперов постоянно повышается, поэтому будущему девелоперу необходимо сформировать собственную научно-образовательную, транспортную и строительную инфраструктуру. В случае неудовлетворительной подготовки научно-образовательной стратегии неэффективным может быть не только институт девелоперов, финансовая инфраструктура предприятия, региона, страны, но и качество жизни населения в целом. Вместе с тем, девелопмент недвижимости является диверсифицированным бизнесом, т.е. охватывающим различные сферы деятельности - от реконструкции и сдачи в аренду существующих зданий до покупки целинных и залежных земель и продажи элитных градообразующих предприятий, микротерриторий и права собственности на землю и распоряжения ею.

Девелоперы координируют эту деятельность, преобразуя представленные в виде проектов/программ идеи в недвижимость, реально приносящую доход. Девелоперы генерируют идеи, финансируют, контролируют и организуют процесс девелопмента от стадии проведения маркетинговых исследований до сдачи объекта «под ключ». Девелоперы осуществляют экономически обоснованный риск-менеджмент, создают или реконструируют объекты недвижимости с точки зрения функции полезности.

В основе успешной работы девелопера лежит умение осуществлять оперативный менеджмент в условиях государственного регулирования и глобального менеджмента.

С точки зрения стартового капитала начинающие девелоперы, не имеющие собственного надела земли, оказываются перед выбором целевого рынка, включающего наименование региона на начальном этапе инфраструктуры малого и среднего бизнеса. Эффективность девелопмента возрастает, если предприниматель осуществляет свою деятельность в пределах влияния своего региона, т.к. эффект «домашних стен» позитивно сказывается на синергии успеха в бизнесе (простое или расширенное воспроизводство в зависимости от уровня трансформации человеческого капитала). Важен и информационный ресурс, являющийся необходимым компонентом экономической инфраструктуры в составе рыночной. Существует и другой сценарий развития событий, когда у девелопера есть фиксированный «портфель» арендаторов. Это позволяет ему иметь реальную возможность осуществлять деятельность, расширяя географию влияния собственного бизнеса.

Таким образом, эффективный девелопмент на современном этапе развития экономики регионов непосредственно связан не только с индустрией отдыха и туризма, но и с категорией «человеческий капитал» на международном рынке труда, являющийся меморандумом успеха в глобальном менеджменте и маркетинге.

## **МОЯ ПЕРВАЯ СТАЖИРОВКА В ТУРЦИИ**

В сегодняшнем мире, когда сотни и тысячи людей получили возможность путешествовать по всему миру, а туристский бизнес перешагивает все государственные границы, значительно возросло значение различных видов студенческих практик. В России уверенно набирает вес новое направление в совершенствовании профессиональной подготовки специалистов сервиса и туризма - длительные стажировки в зарубежных туристских фирмах и центрах. Именно там будущие специалисты проходят "тернистую дорогу", сочетающую теоретическое и практическое обучение.

Студенты, отработавшие стажировку добросовестно, смогут увидеть туризм "изнутри» и отчётливо понять, что представляет собой профессия, которую они выбрали. Главное значение этого важнейшего мероприятия состоит в том, что они сделают выводы для себя: смогут ли работать в туризме, правильную ли выбрали для себя профессию или нет. Прохождение стажировки способствует развитию личных и профессиональных умений и навыков студента. Спрос на хорошо обученных профессионалов велик и постоянно растёт. Неумение применять теоретические знания будет серьёзно препятствовать в профессиональном становлении будущего специалиста. Моя первая стажировка проходила в туроператорской компании GTI (Kaui tur) в летний период 2009 года, в должности трансфермена - помощника отельного гида. Многие практики туризма знают, что Турция - это начало, если успешно сможешь отработать сезон там, значит, в дальнейшем сможешь работать везде.

Условия работы в Турции непростые и здесь уместно вспомнить русскую пословицу: "Тяжело в учении, легко в бою". Передо мной на стажировке стояла одна глобальная цель: узнать, что представляет собой практический международный туризм, увидеть всё самой в конкретной работе, разобраться с основными профессиональными понятиями, ознакомиться с методами работы турецких коллег, перенять что-то для себя.

Хорошо известно, что бывали случаи, когда студенты выезжали на стажировку с одной целью – отдохнуть. Стажировка со всей очевидностью показала мне, что такую цель ставить перед собой ни в коем случае нельзя, иначе потом будет разочарование и профессионально работать просто не удастся. Необходимо чётко и конкретно для себя понять - зачем ты едешь на стажировку, тем более, за границу.

Собираясь в дальнюю и долгую дорогу, заранее определила для себя круг задач, которые предстояло решать:

- познакомиться с другими стажёрами, с которыми тебе предстоит работать на протяжении 6 - 7 месяцев;
- повысить речевую культуру общения;
- научиться общаться с разными людьми, научиться сглаживать и предотвращать конфликтные ситуации;
- соблюдать корпоративные правила, установленные компанией.

Трансфермен - это первый человек, которого видят перед собой прибывающие туристы. Именно от него зависит первое впечатление туристов о компании, которой они доверили свой отдых. Трансфермен очень важен для компании, он является её лицом, и на него возлагается очень большая ответственность. Также от него зависит, поедет ли турист ещё раз отдыхать через этого туроператора. Трансфермен - это человек, который сопровождает туристов в пути, к которому туристы смогут обратиться по любому вопросу, пока они будут находиться в пути, это тот человек, который создаёт настроение во время развлекательных поездок. Наше погружение в профессию трансфермена начиналась с двухнедельных тренингов и семинаров, после которых нас расселили по ложманам (общежитие) и распределили по регионам. Первое время мне пришлось работать в Сиде, затем в Белеке, где и начались трудовые будни. Любой трансфер всегда делился на две части. Первая - это arrival, встреча гостей в аэропорту. Вторая – departure, проводы гостей. Arrival выдавался в аэропорту, это лист формата А-4, где написаны имена,



фамилии, номера ваучеров и названия отелей гостей. Количество гостей может быть от 1 до 46 человек, отелей же по пути может быть 5-7. По этому листу следовало всех туристов встретить, провести на посадку в автобус и далее по пути сообщать им информацию, которая может понадобиться на протяжении всего срока отдыха. Информация включала сообщения об особенностях страны, погоде, местном времени, местной валюте. Также мне следовало представить новым гостям отельного гида и определить время инфовстречи для отдыхающих каждого отеля, сделать так, чтобы туристы записали эту информацию.

Departure выдавался вечером. Там написано всё то же, но только с добавлением времени, когда нужно забрать туристов из отеля. Конечно же, возникает немало проблем, они практически всегда одни и те же - забытый багаж, авиабилеты, паспорта. Приходилось быстро ориентироваться и предпринимать любые меры во избежание скандала, которого допускать нельзя. В мои обязанности также входило проведение развлекательных поездок, например, таких, как аквапарк, рафтинг, яхты и шоп-туры. Здесь важно ещё раз рассказать гостям о маршруте поездки, передать информацию, которой ты владеешь, ответить на все вопросы.

Еще одна важная часть работы - помощь отельному гиду. Отельный гид - это представитель компании в отеле. Моя помощь заключалась в решении многих вопросов, например, помощь гостю в освоении расписания отеля, проведение инфовстречи, продажа экскурсионных туров. Трансфермен является промежуточным звеном между туроператором и туристом в течение всего отдыха. Очень часто, а точнее сказать, практически всегда, кто-нибудь чем-то недоволен, и всё это недовольство, все жалобы, весь негатив обращён к трансфермену. Таким образом, в процессе работы я испытывала на себе сильные психологические и физические нагрузки. Был ненормированный рабочий график. Рабочий день может начаться в 3 ночи, а закончиться в 1 ночи, ещё не исключено, что в 5 или в 6 утра тебе нужно будет вставать на очередной трансферт. Выходных практически не было. Трансфермену запрещено опаздывать. Туризм основывается на непрерывном общении. Все люди разные, а приезжающие на курорт отличаются тем, что не всегда их "картинка отдыха", их представления об отдыхе совпадают с реальными условиями. Именно поэтому часто возникают недоразумения. В этой работе нельзя быть конфликтным, нужно уметь находить выходы из конфликтных ситуаций. Надо быть коммуникабельным, доброжелательным и энергичным. Не стоит бояться. Страх перед чужой страной, где нет родителей и друзей, понятен, но на практике он никогда не оправдывался. Турки - народ приветливый, они крайне редко могут обидеть или унижить человека.

Это не столько стажировка, сколько жизненная практика. Следует отметить, что стажировка за рубежом воспитала во мне новые человеческие качества и, в некоторой степени, изменила характер. В работе стало преобладать чувство толерантности, я научилась подавлять в себе эмоциональные всплески, слушать и слышать людей. Выработалось чувство ответственности и пунктуальности. Стажировка дала мне очень большой опыт и навык не только в плане сервиса и туризма, но и жизненный опыт, научила быть самостоятельной.

*М.Н. Добровор*

## **ЮНОШЕСКИЕ ЭКСКУРСИОННО-ТУРИСТИЧЕСКИЕ МАРШРУТЫ ПОСЛЕВОЕННОГО ВРЕМЕНИ**

Архивные документы, хранящиеся в центральном архиве Нижегородской области, помогают воссоздать конкретную живую практику экскурсионно-туристической работы с юными путешественниками. Уже в 1947 году десятки сотен пионеров и школьников старших классов приняли участие в областных экскурсиях. В 1948 году Горьковская Областная детская экскурсионно-туристическая станция – ОДЭТС и Горьковский краеведческий музей разработали немалое число обстоятельных туристических маршрутов. Туристические походы базировались на особых пунктах ОДЭТС, организованных в Чкаловске, Семенове, Павлове, Васильсурске, в селе Борнуково Бутурлинского района. Там юные туристы получали ночлег, питание и конкретную организационно-методическую помощь. Например, маршрут №1:

Чкаловск - Городец (на пароходе) – Чкаловск (пеший переход 20 – 22 км с заходом в колхоз им. Тимирязева) длительность маршрута – 3 дня, цель маршрута определялась так:

- знакомство с памятником старины – Городцом;
- осмотр геологического профиля левого берега Волги;
- посещение места, где будет построена плотина Горьковской ГЭС;
- ознакомление с передовым колхозом им. Тимирязева Городецкого района.

Подробная инструкция к маршруту рекомендовала знакомство с Городцом, начиная с осмотра краеведческого музея, далее осмотр земляного вала древней городской крепости, здания Архангельского собора и дома около него, украшенного глухой городецкой резьбой. Затем – посещение старинного Федеровского монастыря – места смерти великого полководца Александра Невского. Из Городца пешком вдоль высокого берега Волги на место будущей ГЭС. По дороге – сбор геологической коллекции и гербария растений пойм Волги[1].

Многообразен маршрут № 3: Чкаловск – Городец – Балахна – Гидроторф – Жары – Пырское озеро – Дзержинск – Горький – Чкаловск. Продолжение – 5 – 8 дней, пеший переход – 40 – 45 км, цель: знакомство со старинными городами Горьковской области, выработка навыков археологических разведок, поиски остатков древнего человека (так в документе – М.Д.), стоянок неолитического человека на Пырском озере. Дополнительно предусматривались походы в Хохлому, Кресты и Пурех. Средства перевозки – поезд, пароход [2].

Шесть Керженецких природно-исторических маршрутов начинались из города Семенова, где была расположена база ОДЭТС. Они предусматривали посещение Макарьевского монастыря, озера Светлояр, осмотры старообрядческих памятных мест (кладбища в Ларионове, старообрядческих скитов)[3].

Кроме того, существовали три юго-восточных природоведческих сельскохозяйственных и исторических маршрута, исходящих из села Борнуково. В 20 минутах от села, за рекой Пьяной, находилась знаменитая с конца XVII века Борнуковская пещера, взорванная и разрушенная в 70-х годах[4].

Пять юго-западных приокских маршрутов начинались с опорным пунктом ОДЭТС в городе Павлове[5].

Восточно – Приволжско – Сурская группа маршрутов имела опорной базой ОДЭТС город Васильсурск.

Популярным был северный историко-природоведческий маршрут, базой которого была ОДЭТС. Продолжительность путешествия – 12-14 дней. Использовали такие виды массового транспорта, как железная дорога, переезд на лодках по реке Ветлуге и Волге и пароход.

Маршруты составляли молодые сотрудники горьковского краеведческого музея в 1952-1953 годах, Игорь Кирьянов – будущий мэтр нижегородского краеведения и А. Волконский[6].

Размах и интенсивность экскурсионной работы среди юношества увеличились в связи с созданием в 1953 году областного детского туристского лагеря. В Положении о работе областного детского экскурсионного туристического лагеря ставились следующие задачи:

- 1) организация для школьников 7-9 класса и студентов педучилищ здорового и содержательного отдыха;
- 2) привития им любви к туризму и основных туристских навыков;
- 3) привитие умения совмещать занятия туризмом с проведением краеведческой и общественно-полезной работы [7].

Областной туристский лагерь был расположен в живописном месте Моховые горы на Бору, в отдалении от населенных пунктов на 2 км, в сосновом бору, в 1 км от реки Волги. Юные туристы делились на группы по 15-20 чел., во главе которых стояли тщательно отобранные педагоги, жили в палатках, лагерная смена – 15 дней. Специально для лагеря было разработано 12 маршрутов, ночлег предусматривался в детских экскурсионных бараках Городца и Чкаловска. Рекомендовались беседы в пути. Так, в двухдневном маршруте №5 Горький – Лысково предполагалось развить темы:

1. Волга – великая русская река.
2. Крестьянская война С. Разина в пределах нижегородского края.

3. Горьковское Поволжье в прошлом и настоящем [8].

В труднейшие послевоенные годы туристическая служба Горьковской области была ориентирована на подростков, перенесших тяготы военного времени. В этом был мудрый смысл. Растущие поколения в туризме найдут силы к новому восприятию окружающего мира, к деятельному образу жизни. Потребность активного отдыха станет нормой и будет удовлетворена в туризме. И все это будет способствовать формированию патриотизма и гражданского самосознания.

Горьковская область в послевоенное время не была единственной в СССР в плане активной экскурсионно-туристической работы с юными путешественниками, следовательно, можно предположить, что современное поколение старших возрастов, охотно превращаясь в туристов, имели в детском прошлом определенную подготовку и интерес к экскурсионно-туристической форме отдыха.

#### ***Библиографический список***

1. ГУ ЦАНО, Ф. 6150, Оп. 5, ед. хр. 1, л. л. 17-20.
2. Там же, л. 21.
3. Там же, л. л. 21-25.
4. Там же, л. 26, 27.
5. Там же, л. л. 29-32.
6. Там же, ед. хр. 11, л. 1.
7. Там же, л. 1-3.
8. Там же, л. 29-32.

***Р.В. Сюндюков***

#### **РЕТРАДИЦИОНАЛИЗАЦИЯ СЕРВИСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ТЕКУЩЕГО ПРОЦЕССА**

Совершенно естественно, что для каждой исторической эпохи и каждой цивилизации характерны свое содержание и направленность развития сферы услуг. Конечно, у России существует собственная историческая специфика организации сервисной деятельности. Поэтому продолжающийся процесс выстраивания сервисной системы посредством переноса на российскую почву западного опыта ее организации пока не приводит к ожидаемым результатам. Такого рода заимствования и подражание Западу определяли положение российских сервисных служб как технологического аутсайдера. Напротив, когда отечественные сервисные технологии основывались на национальных традициях, возникали весьма эффективные и конкурентоспособные структуры.

Ретрадиционализация сервиса не означает устранения в нем инновационного потенциала. Так, использование национальных традиций в сервисных технологиях в Японии существенно усиливает конкурентоспособность японского сервиса. Модернизация сервиса и его ретрадиционализация представляются вполне совместимыми, этого не следует забывать.

Современный российский опыт показывает, что даже стилизация сферы услуг под национальные традиции является весомым коммерческим фактором. Ныне в руках государства и местных властей полностью или частично остается ряд направлений сервисной деятельности - жилищно-коммунальные и бытовые услуги, железнодорожный и городской транспорт, почта, телеграф и телефон, образование, система здравоохранения, а также значительная часть социокультурных услуг. Вместе с тем сложившаяся ситуация оказания услуг на смешанной основе, во-первых, дает возможность уменьшить давление со стороны потребителей на государственные сервисные предприятия, во-вторых, стимулирует конкурентные тенденции в сфере услуг в целом, способствует проникновению инноваций в государственный и коммерческий сегменты сервиса. За время последних 10-15 лет отечественный сервис освоил множество разновидностей услуг, о которых общество советского

периода даже не могло помыслить: консалтинг, инжиниринг, лизинг, психологическое и семейное консультирование, игровой и шоу-бизнес и др.

Своеобразным импульсом в деле освоения сервисных инноваций оказался финансовый кризис 1998 г. В неблагоприятных экономических условиях многие предприятия сервиса вынуждены были проявить повышенный динамизм и гибкость, быстро реагируя на требования стремительно меняющейся конъюнктуры и потребительского спроса. Примечательно, что в меняющейся ситуации многие сервисные организации и учреждения социокультурного профиля, продолжая работать на базе бюджетно-государственного финансирования, вынуждены были активно осваивать новые виды и формы обслуживания. Особенно примечательно в этом отношении улучшение библиотечного и музейного обслуживания.

Библиотечные и музейные центры страны усиленно заняты поиском новых форм обслуживания, способных привлечь в них многочисленных посетителей. Речь идет не только об обновлении экспозиций, разработке новых экскурсионно-тематических направлений работы. В этом плане примечательны более тесные связи музеев с образовательными центрами, турбизнесом, а также предоставление посетителям более широкого диапазона дополнительных услуг (продажа печатной, сувенирной продукции и т.п.) современного типа. В результате подобного сотрудничества в отечественном туризме появилось новое направление цивилизационные туры.

Вместо привычных маршрутов культурного туризма, по ходу которых путешественникам показывали отдельные, порой мало связанные между собой исторические памятники и музейные экспонаты, ученые предложили маршруты в разных регионах России объединить сквозной идеей, раскрывающей особенности российской культуры. Для участников подобных туров освоение сквозных идей о российской цивилизации позволяет лучше запомнить все увиденное, глубже понять отечественную культуру и ее место в мировом развитии.

Это первое начинание такого рода в мировой практике туризма было с особым интересом встречено участниками делового и научного туризма, иностранными туристами. Планируется также расширить цивилизационные туры за счет традиционных участников познавательного туризма: школьников, студентов.

Повышенная потребность отечественного сервиса в инновациях особенно остро ставит проблему освоения российскими предприятиями сферы услуг инноваций в организации услуг и формах обслуживания потребителей, идущих к нам из мировой практики. В данном случае отметим, что, когда инновации идут к нам из практики сервиса других стран, их освоение далеко не всегда происходит сразу и без потерь.

Все приведенные ранее примеры об освоении инноваций в условиях реформ свидетельствуют о наличии в российской сфере услуг творческого потенциала, который в условиях кризиса не остается втуне, но требует определенных условий для своего развития. Преодоление кризиса в российской экономике позволит и сфере услуг более широко осуществлять и использовать достижения мировой практики сервиса во всем их объеме и многообразии форм.

Говоря о крупном бизнесе в отечественном сервисе наших дней, нельзя назвать его широко распространенным явлением; лидирующее место в российской сфере услуг занимает средний и малый бизнес. Средние и малые предприятия приобретают широкое функционально-целевое назначение - строительные предприятия, торговые и посреднические организации, фирмы бытового обслуживания, правового и семейного консультирования, туристические и рекреационно-оздоровительные агентства, структуры шоу-бизнеса и т.п.

Примечательно также внедрение в российское сервисное пространство цепей фирм-операторов из-за рубежа, что позволило генерировать услуги на новых технологиях в сферах сервиса. Перечисленные успехи и провалы отечественного сервиса в освоении инноваций, рожденных внутри страны и взятых из мировой практики обслуживания, позволяют понять огромную сложность внедрения инноваций в сервисную практику. Осознавая эти сложности, предприниматели и менеджеры должны планировать весь процесс освоения инноваций, а также внимательно отслеживать его ход и результаты.

## **ИЗ ОПЫТА ОРГАНИЗАЦИИ АНИМАЦИОННОЙ СЕРВИСНОЙ ПРОГРАММЫ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ**

В последнее время в отечественном туризме и рекреации всё чаще и чаще употребляют термин «анимационный сервис», который можно определить как деятельность по формированию, продвижению и реализации программ разного назначения, обеспечивающих интересный, развивающий и обогащающий досуг туристов, экскурсантов, отдыхающих. Подобные программы называются анимационными. Как показывает практика регионального туризма, наличие или отсутствие анимации в туристских центрах, музейных комплексах, на городских площадях, особенно вблизи исторических памятников, существенно влияет на развитие туристского бизнеса. Деятельность аниматоров позволяет значительно увеличивать туристические потоки, формирует имидж туристского региона, является определённым брендом территории.

В анимационном сервисе выделяются ниши, где удачно «укладываются» подобные программы. Так, выработано уже немало приемов, позволяющих органично включать в ткань экскурсионного рассказа и показа игровые, костюмированные эпизоды. С их помощью происходит оживление экскурсии, облегчается «погружение» экскурсантов в те или иные обстоятельства, исторические эпохи, создается дополнительный эмоциональный фон, способствующий наилучшему восприятию подаваемого материала. При помощи аниматоров, с использованием простейшего реквизита можно превратить экскурсию в «театр одного актера».

Почему многие идеи умирают, даже не начав воплощаться? Мне кажется, что на этот вопрос можно найти много объяснений: лень, недостаточное желание, технические проблемы, которые нельзя преодолеть в данный момент. Всё это слабые аргументы. Человек, который реально хочет добиться многого, всегда доводит дело до логического конца. Прошлым летом мне и моему дяде удалось развить и воплотить одну давнюю задумку. Мой дядя большой любитель истории, он активный участник различных ассоциаций, содержит историческую выставку, с которой часто выезжает в учебные заведения Нижнего Новгорода. Эта выставка посвящена военному обмундированию времен второй войны. На ней выставлена большая коллекция военных мундиров различных армий мира, в том числе советской, германской и других, благодаря чему выставка получилась очень насыщенная и интересная.

Несколько лет назад он попытался воплотить в жизнь интересную идею – подготовить и предложить гостям Нижнего Новгорода услугу по фотографированию туристов в различных исторических костюмах. Тем более, что в нашем городе подобный элемент анимационного сервиса отсутствует. В качестве точки для оказания этой услуги рассматривалась территория нашего кремля. Место было выбрано очень удачно – любой турист, который прибывает в Нижний Новгород, обязательно старается побывать в Нижегородском кремле.

Но несколько лет назад он был одинок в этой идее, у него не было поддержки. Когда в моей учебной программе появилась дисциплина «Сервисная деятельность», меня заинтересовал анимационный сервис, возможности проводить привлекательные анимационные программы, сразу вспомнились идеи моего уважаемого дядюшки.

Мы решили, что под тематику кремля очень хорошо подойдут костюмы бояр XV – XVI веков. Для того чтобы всё начать, нам потребовалось выполнить большой объём подготовительных работ: договориться с музеем, который находится в кремле, зарегистрировать ИП, пошить костюмы, приобрести фотоаппарат, принтер и различные аксессуары для организации рабочего места.

И вот мы начали продвигать свою идею. С музеем договориться было достаточно легко, дядя раньше вел с ними дела и был там не чужим человеком. Получив положительный ответ, мы начали собирать необходимую атрибутику. Для начала мастер театрального ателье сшила мужской и женский костюмы, также мы купили детские сарафаны и еще у нас были солдатские

гимнастерки. Собрали необходимую аппаратуру. Наконец, мне удалось зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя, и мы со спокойной душой отправились работать.

Конечно, не имея начального опыта оказания сервисных услуг, мы не знали, как делаются многие вещи. Расположились около Кладовой башни, старинные костюмы развесили на напольной вешалке в углублении кремлевской стены. На столике находился ноутбук и принтер. Когда мы начали работать, у нас не было ни какой рекламы, и многие люди просто не понимали, зачем при входе в кремль развешаны старинные костюмы. Многие из посетителей, особенно туристы с транзитных теплоходов, подходили с вопросами по поводу покупки наших «экспонатов», наиболее проворные гости даже пытались поторговаться с нами. Но, когда кто-то соглашался сфотографироваться в историческом наряде, да ещё на фоне кремлёвских стен и начинал переодеваться, собиралась целая толпа и число желающих быстро возрастало.

С созданием рекламного стенда стало ощутимо больше клиентов. На нем были размещены уже готовые фотографии, которые всегда вызвали живой интерес посетителей. Уже на практике, а не в теории мы окончательно усвоили одну из заповедей бизнеса: «Реклама – двигатель торговли!».

Подводя первые итоги нашей сервисной деятельности, мы поняли, что следует набираться опыта в маркетинге. Так мы быстро почувствовали различие в клиентуре в выходные и будни. Различие только в том, что по выходным гуляют еще и нижегородцы. Чётко поняли содержание понятия «жизненный цикл услуги в сервисе». Скорее всего, многое зависело от количества теплоходов, которые прибывают в Нижний Новгород. Число туристов менялось и по времени: утром было много людей, в середине дня непредсказуемо, и вечером случались «наплывы» людей, которые гуляют после работы. Почти всегда оставалось прекрасное чувство выполненного долга перед клиентами, тем более, что недовольных было очень мало.

В Нижнем Новгороде постепенно восстанавливается исторический бренд - «карман России», многие туристические фирмы города пытаются возродить элементы купеческой жизни, развлечений, театрализованных композиций. Некоторые предприниматели восстанавливают прогулки на каретах, свадебные кортежи, в ресторане «Купеческий» практикуются купеческие деловые обеды – приемы. Однако в подобной практике мало учитываются элементы традиционного отдыха нижегородцев, в котором преобладали прогулки по площадям и улицам города с групповым или семейным фотографированием. Этот исторический опыт пока не получает четкого воспроизведения в аттракционных элементах сервиса и туризма, поэтому нынешним летом мы планируем продолжить начатое дело. У нас есть еще много идей и планов по развитию анимационного сервиса.

*Е.Г. Большова*

## **ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ Г. ГОРОДЕЦ**

Нижегородская область, несмотря на солидный туристский потенциал, пока занимает далеко не ведущее положение на туристском рынке России. На рынке въездного туризма, включая весь набор оказываемых сервисных услуг, доля области составляет 1%, на рынке выездного 2%. Наш регион обладает традиционными и уникальными ресурсами: более 3000 памятников истории и культуры, около 400 памятников культурного наследия, большое количество исторических памятных мест, среди которых своей «седой древностью» отличается Городецкий район. На его территории расположено 189 объектов историко-культурного наследия, что значительно выделяет его в сравнении с другими муниципальными образованиями. Определенные успехи местной администрации в развитии сферы сервиса и туризма получили высокую оценку региональной и федеральной властей.

Особую роль в реестре памятников истории и культуры играет древнейший город Нижегородского края - муниципальный центр г. Городец. Он стоит на высоком левом берегу Волги, в 60 км вверх по реке от Нижнего Новгорода. Город основан князем Юрием Долгоруким в 1152 году, как мощная крепость, пункт торговли с детинцем (кремлем) и ремесленным

посадом. Территориально центр города расположен на самой высокой из волжских террас, прикрытой толщей ледниковых отложений. Прорезанная местами старыми оврагами, эта терраса подступает почти вплотную к воде, и её задернованные склоны круто поднимаются над уровнем Волги метров на 4550. Это живописное положение на косогоре именуется "Пановыми горами".

Основу водных ресурсов территории района формирует крупнейшая водная артерия страны - р. Волга. У Городца она перегорожена большой плотиной и ограждена длинной, в полтора с лишним десятка километров, дамбой. За ней вода в реке поднялась на 17 м и образовала огромное водохранилище - Горьковское море (шириной от 6 до 18 км). Площадь водохранилища - 1570 кв. км.

Район занимает территорию площадью 147,4 тыс. га. Численность населения района составляет 93,7 тыс. человек, плотность населения - 63 человека на 1 кв. км. На территории Городецкого района расположены два города - Городец и Заволжье, поселок городского типа Первомайский и 12 сельских поселений, в которые входят 434 населенных пункта. На территории района расположено 6 государственных памятников природы, особой привлекательностью обладает озеро Спасское. Это типичный естественный водоём является прекрасным местом отдыха. Ещё один водоём с колонией чаек находится около с. Смольки.

Городецкий район входит в группу районов Нижегородской области с высокоразвитым промышленным производством, занимает 3 место в области по объему отгруженной промышленной продукции на душу населения. Основные направления промышленного производства в районе: автомобилестроение, судостроение, производство продуктов питания. В районе насчитывается 26 крупных промышленных предприятий.

Городец - старинный ремесленный центр деревянного судостроения, деревообрабатывающих и текстильных промыслов, гончарства. Особенно активно город развивался в XIX веке, который в местной исторической хронике обозначался как "золотой век Городца". Славу города создавали известные купеческие и промышленные фамилии: Овчинниковы, Прянишниковы, Дерюгины. В память о щедрых вкладах и меценатстве городских предпринимателей в 2002 году в Городце был установлен памятник российскому купечеству. Эти славные традиции продолжают и в наши дни.

Современный Городец является крупным культурным центром и известен в области как «музейная столица». В городе для прибывающих туристов открыт "музейный квартал", который объединяет несколько музеев, входящих в Городецкий историко-художественный комплекс.

В районе сформировалась приличная система гостеприимства, включающая 6 гостиниц, 2 из которых расположены в Городце - гостиница "ЯРЪ" и плавучая гостиница "Берегиня". Гостиницы "СтройИнвест", "Волна", "Калипсо", "Центральная" расположены в Заволжье. В Городецком районе развитая санаторно-курортная сеть, район богат пансионатами, санаториями, базами отдыха, детскими лагерями.

Таким образом, Городец является перспективным для развития различных видов сервисной деятельности и туризма: культурно-познавательного, религиозного, лечебно-оздоровительного, круизного, событийного. В областной целевой программе "Развитие въездного и внутреннего туризма в Нижегородской области в 2007 - 2011 годах" наш город определен как один из туристских центров области. Именно в таких центрах планируется проведение большого объема работ по созданию и улучшению состояний объектов показа и развития объектов туристской инфраструктуры. В целях развития культурно-познавательного и круизного туризма, организации досуга и экскурсионного обслуживания отдыхающих в санаториях, пансионатах, на базах отдыха, в Городце недавно открыт объект показа - музейно-туристский комплекс "Город мастеров". Это новый туристский комплекс посвящен истории деревянного зодчества области периода XVI-XIX веков. Попадая в этот город, как будто оказываешься в прошлом - скромные крестьянские дома с волоковыми окнами, дома зажиточных купцов, роскошный княжеский терем с бочкообразными крышами, покрытыми настоящим осиновым лемехом - всё это прекрасно выполненные "новоделы". Особая ценность представленной архитектуры и древнерусского зодчества в том, что здесь воссоздана история

глухой резьбы во всех ее проявлениях. В этом музее для местных жителей и туристов воссозданы различные мастерские народного художественного промысла: роспись, вышивка, игрушка, резьба по дереву, пряничный промысел, гончарное искусство. В целях развития интереса к народным художественным промыслам и ремёслам туристам предлагается не только посмотреть, но и принять самое активное участие в мастер-классах.

Идея "Города мастеров» основана на желании создать в одном месте исторический, но вместе с тем действующий комплекс. Объект воссоздает исторический фон, существовавший в русских купеческих городах. Здесь воплотились традиции русских плотников и красота деревянной архитектуры: бревенчатые срубы, изящная резьба, резные наличники, лобовые доски, ставни с берегинями, причудливые обрешетки балконов. Создание «Города мастеров» позволит решить задачи по увеличению туристического потока, а также сохранению историко-культурного наследия, уникальных народных промыслов и местного этнографического колорита.

Выполнение планов развития сферы социально-культурного сервиса и туризма в Городецком районе позволит укрепить экономическую базу района, позволит увеличить число рабочих мест, особенно в сфере малого бизнеса, который наиболее активен в оказании разнообразных сервисных услуг. Прежде всего, в систематике транспортных перевозок, гостиничном сервисе, экскурсионных услугах, гуманитарном сервисе, реставрационных и технологических услугах. Развитие туризма в варианте транзитных туров будет способствовать формированию новых экскурсионно-туристских предприятий, которые с большим интересом будут осваивать новые объекты национального наследия Приволжья.

*М.Н. Добротвор*

### **ПЕРВЫЙ СОВЕТСКИЙ КРУИЗ В ЕВРОПУ В СВИДЕТЕЛЬСТВЕ ОЧЕВИДЦА**

Первый круиз в Европу на теплоходе «Грузия» был организован летом 1957 г. Одним из туристов был мой отец – Николай Михайлович Добротвор. Он за три дня до поездки защитил в Москве докторскую диссертацию, поэтому восприятие увиденного было определено состоянием его усталости, да и возраст – 60 лет, и сопутствующие болезни давали о себе знать. Однако привычка ежедневных дневниковых записей зафиксировала достаточно подробные описания этого путешествия, хотя они очень кратки по сравнению с записями предыдущих лет, начиная с 1918 года. Дневниковые записи составляют уникальную часть архивных материалов Н.М. Добротвора, хранящегося в Центральном архиве нижегородской области.

Дневник круиза дается с небольшими сокращениями записей, связанных с внутренними событиями на теплоходе. Спутниками Н.М. Добротвора были писатель Даниил Гранин, Василий Сталин, дочь В.М. Молотова Светлана Никонова с супругом, группа «Кукрыниксы», состав туристов был элитарным и отец по счастливой случайности попал в него.

15 июня 1957 года Н.М. Добротвор прибыл в Ленинград и к вечеру «получил пристанище на теплоходе «Грузия».

16 июня 1957. Воскресенье. Финляндия. Хельсинки. Ночью покинул Родину. В 2 часа дня прибыли к Хельсинки. Встречали много финнов. Старые, молодые, дети. С цветами и флагами. Осмотрел город, чистенько. Порядок.

17 июня. Понедельник. Хельсинки. Ездили в пригороды Хельсинки, в студенческий городок. Наглый студент, несомненно фашист. Развязно давал разъяснения. Во второй половине дня покинул Финляндию. Общее впечатление: страна маленькая, но очень трудолюбивая.

18 июня. Вторник. Балтийское море. Нас изрядно покачало. На теплоходе «Грузия» отметили защиту моей докторской диссертации. Поздравляли меня по радио и дирекция Круиза.

19 июня. Среда. Кильский канал. Вот она, Западная Германия. Бросается в глаза внешняя культура, аккуратность. Дети нас встречали с исключительной теплотой, «досвидантьё» кричали



они нам. Антисоветская партия солидаристов организовала сброс листовок на наш теплоход с моста. Мы все листовки побросали в воду.

20 июня. Четверг. Северное море. Голландия. Качка была большая. Показались берега Голландии, дамбы. К вечеру прибыли в Антверпен (Бельгия).

21 июня. Пятница. Брюссель. Делал покупки. Осматривал строительство всемирной промышленной выставки (1958). К вечеру приехали в Малин. Здесь для нас был дан концерт из колокольного звона. Исполнялись русские народные песни, песни из оперы Садко, вечерний звон Чайковского и т.д. Отсюда в русском языке «Малиновый звон».

22 июня. Суббота. Антверпен. Осматривал город. Когда отъезжали из Антверпена – провожали многие сотни людей.

23 июня. Воскресенье. Париж. Специальным поездом из Гавра прибыли в Париж в полдень. Остановились в отеле Modern 8 (площадь Республики).

24 июня. Понедельник. Париж. Были в Соборе Парижской Богоматери. В тот момент проходила месса. Был праздник Бога. Ходили по Парижу ночью. Посетил Лувр, Версаль.

25 июня. Вторник. Париж. Смотрели синераму. Ездили на Монмартр. Были на кладбище Пьер – Ляшес. Поездили по Сене на парохоме.

26 июня. Среда. Атлантический океан. Бискайский залив. Погода хорошая, вопреки ожиданиям – не качало.

27 июня. Четверг. Атлантический океан. Пересекли Бискайский залив - глубина 5 км 100 м. самое опасное место «толчия».

28 июня. Пятница. Атлантический океан. Однообразно. Вода направо, вода налево, вода спереди и сзади. Корабли встречаются редко.

29 июня. Суббота. Средиземное море. Проходили утром Гибралтар. Испанские берега. Скалистые, пустынные.

30 июня. Воскресенье. Средиземное море. Средиземное море – исключительно лазурное.

1 июля. Понедельник. Средиземное море. Показалась Италия. Проехали Сардинию и ряд других островов.

2 июля. Вторник. Неаполь. Осматривали Неаполь. Ездили в Сорренто. Посетил Помпею.

3 июля. Среда. Остров Капри. На парохоме ездили на остров Капри. Посмотрели голубой грот. Американцы на Капри чувствуют себя завоевателями.

4 июля. Четверг. Рим. По ж-д прибыли в Рим. Возвращались в Неаполь ночью.

5 июля. Пятница. Тирренское море. Эолов остров. Действующий вулкан.

6 июля. Суббота. Ионическое море. Пелопонесский полуостров.

7 июля. Воскресенье. Пирей. Пирей напоминает Севастополь, только здесь нет зелени. Я заболел, температура 37, 7. в экскурсию в Афины не поехал.

8 июля. Понедельник. Эгейское море. Я в лазарете теплохода.

9 июля. Вторник. Стамбул. Здесь праздник байрам. Город выглядит грязно, малокультурно.

10 июля. Среда. Черное море. Посетил Констанца Румыния. Город производит хорошее впечатление. На пристани организована дружеская встреча.

11 июля. Четверг. Черное море. К вечеру прибыли в Одессу. Поздно вечером поехали из Одессы в Москву.

13 июля. Суббота. Вечером выехал в Горький.

Хотелось отдохнуть от всех треволнений путешествия [1].

Дополнительным интересным свидетельством о круизе являются два больших толстых фотоальбома с кожаной обложкой, где напечатано «Вокруг Европы».

## **МУЗЕЙ БАЛАХНИНСКОГО КРУЖЕВА – УНИКАЛЬНЫЙ ОБЪЕКТ ТУРИЗМА**

Балахна входит в число городов Нижегородской области, интересных для туризма. В начале XXI века в Балахне создан музей балахнинского кружева, который придает этому старинному городу неповторимую привлекательность. Именно этот промысел принес Балахне поистине мировую известность. Кружеплетение появилось в Балахне с XVIII века и нашло благоприятную почву для своего развития. Промысел распространялся не только в Балахне, но и в 225 близлежащих селах, где плели кружева более двух тысяч мастериц.

Балахнинские кружевницы создали особый «балахонский манер». Сами мотивы его узоров не выделяются оригинальностью: это все те же павы, орлы, цветущие деревья, только их очертания четки, силуэты изысканны. Нигде нет и такого разнообразия в формах деревьев. В балахнинском кружеве ритмично расположение ветвей и цветов с характерными загнутыми концами листьев. У орлов ясно обозначены перья и выражен взмах самого крыла. Павы или твердо опираются на ноги, или вытягивают их вперед, словно при взлете, одна нога бывает приподнята.

Особенностью балахнинского кружева стала многопарная техника плетения, самая сложная и трудоемкая. Сложность её состоит в том, что одновременно выплетается и фон и орнамент.

Особая прелесть манера состояла в легкости тюлевых решеток (по-балахнински "сеток"). Для балахнинского кружева характерно не просто применение различных решёток в одном предмете, а явное преобладание наснорованных. На фоне решёток располагались густые букеты цветов. Растительный орнамент кружева формировали излюбленные мастерицами «балахнинская роза» и "гроздь винограда", еще были «вазоны» и «огурцы». Гордостью балахнинских мастериц всегда были кружевные шелковые «виноградные» косынки. По мнению современников, эти косынки соперничали в тот период с бельгийскими кружевами из Брабанта. «Балахонская роза» стала своеобразной визитной карточкой местного растительного орнамента кружев. Существует предание, что блонды с алыми розочками, обведенными белой шелковой сканью, на золотисто-бежевом фоне были заказаны балахонским мастерицам самой Екатериной II.

Екатерина Константиновна Соколова в 1896 г. была удостоена чести преподнести Её Императорскому Величеству Государыне Александре Федоровне детское кружевное платье. Работы кружевницы были представлены и на международных выставках — на Всемирной Парижской выставке 1900 г., в русском отделе выставки в Глазго в 1901 г.

В настоящее время богатая коллекция уникального кружева хранится в Балахнинском музее кружева, которая насчитывает более 500 экспонатов.

Среди кружевных изделий привлекают внимание шарфы, косынки, кофты, которые и через сто лет удивляют современников своим изяществом и красотой. Сотрудники музея бережно хранят и продолжают собирать кружевные изделия, представляющие историческую ценность. На выставках кружев, проводимых Балахнинским музеем, экспонируются не только старинные кружевные изделия, но и работы современных мастериц, подчёркивая тем самым преемственность традиции кружевоплетения. В коллекции есть авторские работы Л. Ф. Васильевой и Г. А. Котовой. Коллекция кружева пользуется большой популярностью и часто путешествует по музеям Нижегородской области. Передвижные экспозиции уже побывали в Городце, Семёнове, Павлове и других городах.

А в 2005 году коллекция балахнинского кружева была удостоена грамоты «За сохранение и популяризацию уникального балахнинского кружева» по итогам семинара, организованного в Москве обществом «Мир кружева» и Домом моды Вячеслава Зайцева при поддержке Федерального агентства по культуре и кинематографии РФ.

Таким образом, музей балахнинского кружева, храня и выставляя уникальные авторские работы, содействует восстановлению эстетики кружевного дела в современной России. Поэтому

посещение туристами музея балахнинского кружева – это не только дань интереса и уважения культурным ценностям прошлого, но и возможность распространения опыта создания кружевной красоты в настоящем.

**О.А. Худякова**

## **ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И РЕАЛИИ**

Одним из привлекательных туристских центров нашей Родины является Нижегородская область и её столица – Нижний Новгород. Сегодня Нижний Новгород — один из крупнейших городов России с многовековой историей, живущий ярко и насыщенно. Здесь множество возможностей для отдыха, познавательных экскурсий и расширения деловых контактов. Наш город представляет мировую культурную ценность. Вместе с тем, это динамично развивающийся мегаполис, экономический и промышленный центр региона.

Нижний Новгород входит в пятёрку самых привлекательных для туристов мест России, однако по развитию туризма он находится в последней трети списка. Чем объясняется столь большой разрыв между возможностями нашего города в туризме и их реализацией?

Для того чтобы Нижний Новгород заинтересовывал всё большее и большее количество туристов и чтобы гости возвращались к нам вновь и вновь, необходимо самое главное - разработать ряд мер по сохранению и развитию туристской индустрии [1]. Транспортное обслуживание туристов – одна из основных частей индустрии туризма. Через Нижний Новгород проходят несколько федеральных трасс, позволяющие осуществлять поездки до главных туристических центров. На сегодняшний день техническое состояние дорог города является наиважнейшим фактором для развития как внутреннего, так и международного туризма. Если говорить о транспортной сети Нижнего Новгорода, то следует отметить, что здесь развиты все виды транспорта.

**Наземный электротранспорт.** В нашем городе появился одним из первых трамваев в России, случилось это ещё в XIX веке. Сегодня в городе ежедневно выходят на линии 190 трамваев и 140 троллейбусов. В период 2010 года будет продолжаться закупка и ремонт подвижного состава, а также осуществляться планомерный ремонт трамвайных и троллейбусных линий.

Значительную часть старого Нижнего Новгорода можно увидеть из окна трамвая № 2, который проходит по городскому кольцу, охватывающему верхнюю часть исторического центра. И это не экскурсионный трамвай, какие бывают, например, в Лиссабоне, а обычный, пассажирский. Перед туристами предстанут Лыкова дамба и Дом Петра I, не имеющие архитектурных аналогов старые церкви, парки, величественные ансамбли банков и институтов, дома, в которых жили А.М. Горький и В.И. Даль и другие известные деятели культуры, исторические личности.

**Метрополитен.** Наряду с перевозками горожан метрополитен вполне можно использовать для экскурсионных ознакомительных поездок туристов с осмотром станций. С пуском линии через метромост в верхнюю часть города также можно проводить ознакомительные поездки гостей.

**Железнодорожный транспорт.** Сегодня нижегородская магистраль входит в тройку лучших железных дорог России. На Московский вокзал Нижнего Новгорода поезда доставляют пассажиров со всех городов России. Перевозки туристов из Москвы и обратно осуществляются на поездах серии «Буревестник».

**Автобусный парк.** Нижний Новгород связан автомобильными трассами со многими городами России. На маршруты города ежедневно выходят социальные и коммерческие автобусы. В распоряжение прибывающих туристов фирмы представляют достаточное количество комфортабельных автобусов, отвечающих международным стандартам. Вопрос обеспечения города транспортом нужно рассматривать шире, учитывая и экологическую ситуацию мегаполиса в ряду общих проблем.

**Авиaperевозки.** Международный аэропорт Нижний Новгород - одна из крупнейших авиагрузовых развязок России. Принимает и обслуживает самолёты российских и зарубежных авиакомпаний. До Москвы туристы могут добраться за 40 минут, до Франкфурта-на-Майне за 2,5 часа. Через эти аэропорты Нижний Новгород связан со всеми городами мира.

**Речной транспорт.** Речной туризм нижегородского края издавна развивался благодаря выгодному географическому положению и наличию крупной базы речного флота. Уже с первых дней становления волжского пароходства появилось понятие «речной туризм». Несомненно, что будущее речного туризма в Нижнем Новгороде имеет большие перспективы. В ближайшее время коренным образом изменится общий вид набережной, которая должна иметь статус парковой зоны [2].

Нижегородское речное пароходство вполне обеспечивает турфирмы пассажирскими теплоходам, разрабатывает новые маршруты, которые пользуются спросом не только у российских, но и у иностранных туристов. Основным сдерживающим фактором для массового туризма в нашей стране является отсутствие развитой гостиничной инфраструктуры. На её долю приходится 70% всех поступлений от туризма. Многие гостиницы продолжают работать по советской методике, не проявляя интереса к повышению сервиса. Нижегородский рынок гостиниц успешно развивается, кроме этого уже существует несколько проектов по строительству гостиниц в Нижнем Новгороде. Нижний Новгород — это исторически сформировавшийся деловой центр, а «Нижегородская ярмарка» - это центр междугородных, всероссийских и международных форумов, конгрессов. На базе ярмарки проводятся конгрессные мероприятия для иностранных представителей, политической элиты России, а также бизнесменов и предпринимателей. «Нижегородская ярмарка» остаётся мощнейшим инструментом в развитии регионального туризма. Завершая наше исследование, отметим, что Нижний Новгород формируется как крупный туристский центр. Для этого процесса необходимо увеличить финансирование и существенно улучшить состояние туристской инфраструктуры, провести реставрацию национальных памятников и исторических зданий, реконструировать аэропорт, провести ремонт дорог в черте города и тех дорог, которые ведут к областным центрам, представляющим культурно-историческую ценность и интерес для туристов, провести переговоры с международными банками, ориентированными на Россию, для обеспечения финансирования строительства в Нижнем Новгороде отеля высокого международного класса. Только после реализации этого комплекса мер туризм в Нижнем Новгороде может стать одной из приоритетных отраслей.

#### *Библиографический список*

1. Остроумов, О.В. Туризм. Продвижение российского турпродукта / О.В. Остроумов. - М.: «Финансы и статистика», 2007.
2. Добро пожаловать в Нижний Новгород. Каталог для туроператоров. НП: «Нижегородский центр гостеприимства», 2009.

*О.В. Иванова, О.Б. Солдаткин*

### **МОЛОДЁЖНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ СЕГМЕНТ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ**

Туризм и экскурсии - это важная форма воспитания молодёжи, организации её свободного времени, тем более что состояние физического и нравственного здоровья молодых людей вызывает серьёзные опасения и требует использовать все возможные средства для исправления сложившейся в последние годы ситуации. В этой связи особое внимание необходимо уделять молодёжному туризму. Город Нижний Новгород вполне можно называть студенческим — здесь динамично развиваются вузы различного профиля. Он является центром Приволжского Федерального Округа, широко известен как «Столица Поволжья», что является привлекательным фактором для молодёжи, желающей получить качественное высшее

образование и отдохнуть в известном туристском центре России. Таким образом, молодёжный сегмент туристского рынка в Нижнем Новгороде достаточно велик.

Одним из этапов исследования является анализ потребителей существующих туристских услуг и факторов, которые оказывают влияние на предпочтение и выбор центров отдыха или спортивных оздоровительных комплексов в границах нижегородской городской агломерации. Полученные данные могут оказать существенную помощь при разработке и продвижении нового туристского продукта на базе СОК «Ждановец» НГТУ.

Понятие социального туризма содержит в себе подсистему понятий, включающих сегментацию по признакам: возраст, цель поездок, географию маршрутов. Общим признаком для всех сегментов социального туризма является наличие льгот и частичных дотаций для подобных туристов. Социальный туризм является приоритетным видом туристской деятельности и показателем уровня развития общества, тем более что он позволяет реализовать право человека на отдых. Молодёжный туризм как сегмент социального позволяет решить многие задачи, обеспечить многостороннее развитие молодого поколения России. Одной из форм молодёжного туризма является организация отдыха и оздоровления молодых людей в летних спортивных оздоровительных комплексах и на туристских базах круглогодичного действия.

Однако проблема заключается в том, что при организации молодежных туров не всегда уделяется должное внимание именно содержанию этих программ. Ещё слабо отработаны соответствующие методики организации туров, что делает их недостаточно привлекательными либо пробуждает молодежь самостоятельно организовывать свой досуг, не всегда с пользой.

Отличительной особенностью молодёжного туризма является то, что молодежь является непритязательной социально-демографической группой. Туристический отдых занимает в наше время важное место в досуге молодежи. Такие виды туризма, как спортивный и познавательный, являются наиболее подходящими этой возрастной категории.

На сегодняшний день индустрия развлечений Нижнего Новгорода достаточно разнообразна: рестораны, кафе, казино, клубы, боулинг-центры, и многое другое. Совершенно естественно, что среди студенческой молодёжи нашего города популярны путешествия, поездки с целью отдыха и развлечений. Наиболее привлекательными местами отдыха являются акватории с пляжами, участки с нетронутой природой, а также историко-культурные центры. Однако, к сожалению, немногие турфирмы в нашем городе специализируются на молодёжном туризме, считая его экономически нерентабельным, если не сказать убыточным. Естественно, молодёжная категория потребителей турпродукта отдаёт предпочтение недорогим турам с использованием менее комфортабельных средств размещения и транспорта.

Поэтому, в развитие решения обозначенной проблемы, на базе Студенческого туристского клуба «ФКТ-Тревел» на факультете коммуникативных технологий НГТУ разрабатывается клубный проект: **«Отдыхай в Нижнем Новгороде и проживи на Волге другую жизнь»**. Для выполнения этого проекта в июле–августе 2009 года в СОК «Ждановец» было проведено маркетинговое исследование с целью анализа потребителей туруслуг и факторов, которые оказывают влияние на их предпочтение и выбор.

Ограниченное количество предложений отдыха на нижегородском рынке молодёжного туризма в различное время года, в том числе и зимние студенческие каникулы, делает актуальным разработку и реализацию проектов в этой сфере туризма.

На наш взгляд, с учетом с учетом большого набора туристско-рекреационных ресурсов в Нижнем Новгороде и его пригородах, вполне будет востребованным комплексный отдых и развлечения в привлекательной зоне Нижнего Новгорода – на берегах Горьковского моря. Почти «шаговая» доступность этой территории от нашего города позволяет успешно реализовывать различные проекты туристско-рекреационных мероприятий. С учётом уже известных наработок в этом направлении совершенным дополнением данной концепции может стать наш клубный проект. Развитие в реакционной зоне СОК «Ждановец» интересного и комфортабельного отдыха для молодёжи Нижнего Новгорода и его гостей, обеспечит условия для развития регионального рынка молодёжного туризма.

Одна из главных целей проекта - поддержка молодёжи Нижнего Новгорода, воспитание уважения к национальному наследию, сохранение нравственного и физического здоровья, презентация региональной идентичности. В досуг отдыхающих могут быть включены программы и туристские маршруты, например, такие, как разработанный в студенческом клубе молодёжный тур **«По берегам Волги»**. **Маршрут и программа тура:** Нижний Новгород – Балахна – Заволжье – СОК «Ждановец» - Городец – Семёнов – Нижний Новгород. В настоящее время разработка и включение молодёжных программ в экскурсионные, культурно-познавательные, спортивные туры значительно повышает интерес туристов посетить Нижний Новгород как привлекательный туристский центр России.

Развлекаясь, турист или группа туристов удовлетворяют свои духовные потребности, формируют оптимистическое настроение, повышают свой физический и культурный потенциал, приобщаются к ценностям своего региона и России.

#### ***Библиографический список***

1. Городская среднесрочная комплексная социально-экономическая программа «Развитие туризма в городе Нижнем Новгороде в 2009-2010 гг.»
2. Закон о туристской деятельности на территории Нижегородской области, № 8-З от 12.02.2008 г.
3. Биржаков, М.Б., Пшенко, К.А. Международное туристское право, (туризм социальный, молодёжный) / М.Б. Биржаков, К.А. Пшенко. - СПб, «Невский фонд», 2008.
4. Костяев, Н.П., Путрик, Ю.С., Биржаков, М.Б. Новые направления развития социального туризма в России в эпоху глобализации // Туристские фирмы, вып. 46. Международная туристская академия, С-Петербург, 2008.
5. Артёмова, Е.Н., Козлова, В.А. Проблемы развития молодёжного туризма в Орловской области. Труды 6-й МНПК «Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития. Вып. 2, Москва, 2006.
6. Кузьмичева, Л.А. «Земля Нижегородская» как туристский продукт // Индустрия гостеприимства Нижегородской области, № 1, 2009. Нижний Новгород, 2009.

***Т.Н. Махаева***

### **ПРОЕКТ «НИЖНИЙ НОВГОРОД – ЦАРСТВЕННО ПОСАЖЕННЫЙ ГОРОД: ТРАДИЦИИ ОТДЫХА И СОВРЕМЕННОСТЬ»**

Отечественный речной туризм за более чем вековую историю пережил несколько сложных и трудных этапов развития. Особую роль в этом длительном марафоне сыграли события 90-х гг., теперь уже прошлого века. На туристском рынке России появилось много компаний, которые активно развивают речной круизный туризм. В стране успешно действуют такие предприятия как «Гама», «Волга-Флот-Тур», «Турфлот», «Водоходъ» и др.

Возрастающая активность отечественных туристских предприятий предполагает поиск новых форм организации отдыха на реках, который был очень популярен в предшествующие периоды отечественной истории. Достаточно показательна современная практика речных прогулок и экскурсий в Москве, Санкт-Петербурге, Самаре, Новосибирске, Хабаровске.

Изучение накопленного опыта деятельности предприятий туризма в этом направлении, а также некоторые инновации в совершенствовании оптимизации отношений с клиентами, представляются особенно важными для развития речных прогулок по Волге и Оке в современном Нижнем Новгороде. В российской империи первые речные трамвайчики, предназначенные для внутригородских пассажирских перевозок, а также организации речных прогулок-экскурсий, появились в XIX веке в Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде. Это были небольшие катера-пароходы, владельцем этих линий выступало Финляндское общество легкого пароходства, и пароходики прозвали «финляндчики».

В Нижнем Новгороде одним из направлений работы туристской компании «Волга-Флот-

Тур» также является организация экскурсионных и прогулочных маршрутов по Волге и Оке, которые дают возможность прекрасно отдохнуть подавляющему большинству людей независимо от того, какой вид отдыха они предпочитают.

Прогулочный флот – это идеальный вариант для проведения праздника последнего звонка, выпускного бала, празднования свадеб, торжеств, юбилеев, детских мероприятий. Вполне можно организовать проведение конференций, презентаций, симпозиумов, обучающих и бизнес-программ, корпоративных вечеринок и просто отдыха дружной компанией. Любование восхитительными видами Нижнего Новгорода, его окрестностей с борта теплохода, плеск воды и крики чаек, утонченность обстановки никого не оставят равнодушным и вызовут незабываемые впечатления.

Современный российский опыт показывает, что даже стилизация сервисных технологий в туризме под национальные традиции является весомым коммерческим фактором. Циклическое понимание природы исторического процесса позволяет прогнозировать последующий переход к этапу ретрадиционализации туристских технологий. Исходя из этого посыла в студенческом туристическом клубе «ФКТ – Тревел» разрабатывается клубный проект «Нижний Новгород – царственно посаженный город: традиции отдыха и современность».

Главная цель проекта – по возможности восстановить начальные исторические границы становления в Нижнем Новгороде содержание и социальную направленность традиций отдыха в акватории Волги и Оки.

Целями представляемого проекта являются:

- возрождение наиболее привлекательных маршрутов речных прогулок-экскурсий по Волге и Оке;
- продвижение природного и антропогенного блоков туристского потенциала Нижнего Новгорода, прежде всего для внутреннего «потребления» горожан в системе речного туризма социальной ориентации;
- поддержка инновационного направления туристской компании «Гама» в продвижении реального строительства новых судов для малого флота Нижегородского региона.

Задачи проекта:

- создание новых туристских продуктов, ориентированных на развитие речных прогулочных экскурсий по тематике проекта клуба;
- развитие индустрии речного туризма в Нижнем Новгороде.

По нашему мнению, разрабатываемый клубный проект даст возможность разнообразить существующий стандартный набор речных прогулок в нашем городе, прежде всего, тематических и развлекательных поездок на будущих новых речных трамвайчиках, которые вскоре появятся на просторах Волги и Оки.

В качестве практической части нашего проекта предлагаем на обсуждение варианта речной прогулки-экскурсии на тему: **«Царственный Нижний Новгород – взгляд с палубы прогулочного теплохода».**

**Маршрут и программа прогулки-экскурсии.** Рассчитана на массовую аудиторию, продолжительность 3 часа.

**Цель** прогулки-экскурсии: способствовать формированию интереса к историко-культурному прошлому Нижнего Новгорода, традициям речных прогулок нижегородцев, которые уходят своими корнями в XIX век.

**Задачи** прогулки-экскурсии: через ранее подобранные экскурсионные объекты познакомить участников культурного мероприятия со столицей Поволжья – Нижним Новгородом, его достопримечательности, исторически обусловленными этапами становления и развития речного туризма в тогдашнем «Кармане России».

**Маршрут** прогулки-экскурсии: от современного речного вокзала в городе, являющегося историческим местом пристани на бывшей Сафроновской площади, где в XIX в. начинались и заканчивались поездки на первых «финдлянчиках».

Далее прогулка пройдет вниз по течению Волги вдоль её правого берега до Октябрьского створа и после разворота вверх против течения реки вдоль левого берега до

Стрелки. На маршруте предусматриваются отдельные участки замедления хода с целью детализации экскурсионной информации.

**Общие** методические указания: экскурсионная информация обзорная, путевая информация логически увязывается с основной темой экскурсии, современный материал подаётся в неразрывной связи с историей города, традициями речных прогулок на пароходах финляндского перевозного пароходства Нижнем Новгороде, не рекомендуется увлекаться подробными справками по ходу рейса.

Используя исторический опыт речных перевозок, прогулок с экскурсионным содержанием, туристские фирмы, работающие в нашем городе, в содружестве с Волжским пароходством, администрацией Нижнего Новгорода, вполне могут осваивать наиболее выгодные сегменты этого рынка. Достаточно рентабельными могут стать новые экскурсионные и прогулочные линии по Волге, Оке, Ветлуге с использованием малых судов.

#### ***Библиографический список***

1. Городская среднесрочная комплексная социально-экономическая программа «Развитие туризма в городе Нижнем Новгороде в 2009-2010 гг.»
2. Шишкин, Н.А. Речные круизы в акватории Волги // Туризм и отдых в Нижегородской области. Н. Новгород, 2007
3. Трофимов, А.Н. Идем проверенным путем // Большая Волга, № 18, 2008. 6. Речные круизы и прогулки по Волге. Путеводитель. М. Аякс, 2007.

***В.В. Канавская***

### **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА СЕРВИСНЫХ УСЛУГ В ОБЛАСТИ ФИТНЕСА В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ**

Динамичное развитие российской экономики даёт возможность появиться на рынке новым, активно развивающимся новым индустриям. В начале 90-х гг. XX века в нашей стране появились первые фитнес-центры, представляющие потребителям физкультурно-оздоровительные услуги. Современные фитнес-центры вошли в потребительские привычки целевой аудитории, хотя до сих пор в научных исследованиях отсутствует определение этого понятия.

Слово «фитнес» в переводе с английского языка имеет двойное толкование: «пригодность» или «здоровье». Услуги фитнес-центров позволяют людям поддерживать хорошую физическую подготовленность своего организма.

В биологии термин «фитнес» означает индивидуальное совершенство, выражающееся в успехе передачи генетической информации потомкам. Биологический фитнес определяется как врождёнными характеристиками человека, так и его физическим состоянием, и особенностями поведения в конкретных условиях окружающей среды. В узком смысле фитнес — это оздоровительная методика, позволяющая изменить формы тела и его вес и надолго закрепить достигнутый результат. Она включает в себя набор физических тренировок, в сочетании с правильно подобранной диетой.

В отличие от аэробики, упражнения и диета в фитнесе подбираются индивидуально — в зависимости от строения и особенностей фигуры. Заниматься по этой системе могут все без исключения, независимо от возраста и состояния здоровья. Существует также ряд соревновательных спортивных дисциплин (фитнес, атлетический фитнес, боди-фитнес и т.д.) имеющих общее название фитнес и являющихся разновидностями (категориями) соревновательного бодибилдинга.

Фитнес-центр это единый производственно – хозяйственный комплекс, относящийся к сектору малого и среднего бизнеса в современной России. Организации малого и среднего бизнеса, как правило, ориентируются на любые изменения на рынке услуг и способны в короткий срок изменить технологии ведения своего бизнеса (реинжиниринг) или начать принципиально новое направление в оказании услуг (диверсификация).



Комплекс центра включает: тренажерный зал с кардио-механическим оборудованием, бассейн, сауну, SPA-центр, фитнес-бар, массажные кабинеты, парикмахерскую, раздевалку, парковку для автотранспорта клиентов и персонала, медицинскую консультацию. К основным задачам современного фитнес-центра относятся предоставление услуг, направленных на создание, поддержание и укрепление здоровья для полноценного существования в обществе, создание материально-технической базы, планирование, организацию и проведение массовых коммерческих спортивно-оздоровительных мероприятий, пропаганда здорового образа жизни.

На сегодня процесс формирования рынка фитнес-услуг в России ещё не закончился. Ряд спортивных клубов открыт в крупных российских городах, но среди них ещё не определилась чёткая сегментация. Многие фитнес-центры в Нижнем Новгороде успешно прошли путь от тренажерных залов с раздевалками и душевыми до многофункциональных предприятий, имеющих в ассортименте более 30 видов предлагаемых услуг. Привлекательность и доходность фитнеса в Нижнем Новгороде большинство практикой сервисной деятельности оценивают довольно высоко. Финансовые ресурсы, которые обращаются в этой сфере городской экономики и стимулируют торговлю услугами, позволили этому сегменту выйти на передовые места среди прочих видов малого и среднего бизнеса. Фитнес-центры являются одной из составляющих городскую индустрию спорта.

Фитнес центры в Нижнем Новгороде чётко классифицируются по следующим группам:

1. Малые – площадью до 100 кв.м., включают тренажерный зал, аэробику, сауну, кафе-бар. Персонал от 20 до 30 чел. Количество посетителей до 1000 человек.

2. Средние – площадью 1000 2500 кв.м., включают тренажёрный зал, аэробику, бассейн, сауну (русскую парную), солярий, косметологию. Персонал от 30 до 70 чел. Количество посетителей от 1500 человек.

3. Крупные – площадью более 2500 кв.м., Всё ранее названное, дополнительно теннис, игровые площадки, кафе – бар, магазин, бутики. Персонал – более 70 чел. Количество посетителей от 2500 человек.

Среди основной массы нижегородских фитнес-центров существенно выделяются «WORLD CLASS» и «GOLD'S FITNESS», которые работают по системе франчайзинга. Остановимся на краткой характеристике одного из перечисленных предприятий.

«GOLD'S FITNESS» – нижегородский фитнес-центр, предоставляющий спортивные и оздоровительные программы всем, кто стремится гармонично развивать свое тело и укреплять свой внутренний дух. Здесь есть все для того, чтобы занятия фитнесом стали не только полезными, но и приятными. Открытие клуба стало замечательным подарком для нижегородцев, которые выбирают спорт и здоровый образ жизни. Фитнес-центр предоставляет клиентам весь комплекс тренировочных программ. В клубе есть современные тренажерные залы как для групповых, так и для индивидуальных занятий. Бассейн, различные виды саун и бань, зал настольного тенниса, боксерский ринг, сайкл-студия, детский клуб, фитнес-бар. Общая площадь помещений клуба достигает 2 500 кв.м.

По состоянию на декабрь 2009 г. в Нижнем Новгороде продолжают успешно работать более 40 фитнес-центров, практически во всех районах города. Социально-экономический аспект деятельности подобных предприятий в пределах одного из крупных городов страны является показателем качества жизни нижегородцев, их желанием поддерживать на должном уровне состояние здоровья. Следует отметить, что это одновременно и показатель деловой активности наших земляков и роста производительности труда, доходов населения.

Во всём мире сегодня в индустрию фитнеса и спорта вовлекаются большие финансовые средства, организуются спортивные лиги по новым видам спорта, возводятся в культ гармонично развитое тело, становится модным быть здоровым. К сожалению, на настоящем этапе развития российской экономики государственное регулирование не является приоритетным направлением в политике развития физической культуры, спорта и фитнеса. По мере возможности в регионах России, в том числе и Нижегородской области, на условиях частно-государственного партнёрства открываются физкультурно-оздоровительные комплексы, в составе которых предполагается развивать набор социально ориентированных фитнес-услуг.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В «ОТКРЫТЫХ ГОРОДАХ» РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ Г. САРОВ, НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ)**

В регионах современной России располагаются «закрытые города» или ЗАТО, жители которых в советскую эпоху практически не пользовались возможностями социального туризма. Территории подобных городов были полностью закрыты для посещения отечественными экскурсантами, тем более иностранными туристами. В постперестроечной России многие из подобных городов получили статус «открытых», в том числе, и для международного туризма: Владивосток, Магадан, Норильск, Горький и др.

Однако в ряде регионов страны ещё сохраняются городские поселения, статус и особые условия жизнедеятельности которых определены Законом РФ «О закрытом административно-территориальном образовании» (от 14 июля 1992 г). К числу подобных поселений относится город Саров, расположенный в Нижегородской области.

Чтобы выявить перспективы развития города в сфере сервиса и туризма, необходимо знать какими туристическими ресурсами обладает привлекаемая территория. Остановимся на её краткой характеристике. Название города происходит от реки Саров (современная форма – Саровка), место впадения которой в Сатис является историческим ядром города. В XII – начале XIII вв. у слияния рек было обустроено крупное мордовское поселение – Саровское городище. Однако угроза монгольского нашествия заставила жителей городища покинуть насиженное место.

В конце XVII века покинутое городище выбрали для отшельнической жизни монахи. Постепенно на этом месте сложился мужской монастырь – Саровская пустынь, который к середине XVIII века становился широко известным в России духовным центром. Своей славой монастырь во многом был обязан выдающимся подвижникам, прежде всего, преподобному Серафиму Саровскому (1759-1833), причисленному к лику святых Русской православной церкви в 1903 году. Архитектурный ансамбль Саровской пустыни сохранился не полностью. Уцелела только часть жилых и хозяйственных построек. Дошел до нас и уникальный комплекс пещер, прорытых в холме в начале XVII века.

Новая страница в истории Сарова была открыта в 1946 году, когда было принято решение о размещении здесь особо важного государственного объекта по разработке первой атомной бомбы. Город сменил за время существования много названий: Кремлев, Москва, Центр 300, Арзамас – 75, Арзамас – 16. В 1995 году городу было возвращено его историческое название – Саров.

Современный город является важным научным центром России, здесь расположен комплекс крупнейшего в стране Российского федерального ядерного центра высоких научных технологий, которые разрабатываются и используются на его предприятиях. Совершенно очевидно, что наш город – это культурно-исторический центр, в котором находятся крупные православные святыни, уникальные памятники природы, источники святой воды, а также это научный центр России.

Однако на сегодняшний день Саров еще остается «закрытым» городом, его туристический потенциал используется выборочно, хотя ресурсная обеспеченность позволяет развивать здесь различные виды туризма. В городе пока проводится непродолжительная обзорная экскурсия для гостей, прибывающих с научными, деловым целям или на спортивные состязания.

Наш город относительно молод и энергичен, его жизненный потенциал позволяет надеяться на благоприятные перспективы развития в различных отраслях, в том числе в туризме. В случае изменения статуса ЗАТО и открытия г. Саров, возможно создание совершенно нового туристического продукта на региональном туристическом рынке. Это принесло бы существенную материальную поддержку городу и Нижегородскому региону. В наши дни в ряде регионов России происходит процесс изменения статуса бывших закрытых городов. Вполне очевидно, что подобные события могут произойти в нашем родном городе Саров, поэтому в качестве виртуального проекта предлагаем концепцию программы

экскурсионного тура для российских или иностранных туристов: **«Картинки саровской истории»**.

**1-й день.** Встреча туристов на вокзале города Сарова. Завтрак в кафе. Размещение в гостинице. Обзорная экскурсия по городу. Обед. Обзор церквей (Всех Святых, Иоанна Предтечи, Серафима Саровского), колокольни с часами. Желающие могут сходить на службу в церковь Всех Святых и взглянуть на сохранившиеся, на куполе церкви росписи. Экскурсия в подземную пещеру Саровского монастыря, в которой можно посмотреть подземные улицы с кельями для монахов и подземную церковь. Ужин.

**2-й день.** Завтрак в кафе. Выезд на обзорную экскурсию в направлении Ближней пустынки. Туристы осматривают легендарные места: купальню на источнике старца Серафима, где купался последний русский император Николай II, Дальнюю пустынку, где сохранился камень, у которого молился старый Серафим. На Дальней пустынке туристам также показывают Святой источник и памятник Серафиму Саровскому. Желающие могут набирать воду из источника, и можно искупаться в купальне. Обед. Экскурсия в городской музей. Ужин.

**3-й день.** Завтрак в кафе. Экскурсия в музей ядерного оружия, где туристы знакомятся с историей создания первых образцов ядерного оружия. Обед. Свободное время. Поход на ледовое шоу во Дворец Sports или в театр на спектакль, после которого желающие имеют возможность осмотреть комплекс музыкального фонтана с необычайно яркой подсветкой.

**4-й день.** Завтрак в кафе. Освобождение номеров. Выезд из гостиницы. Отъезд на вокзал.

Предлагаемый нами вариант использования потенциала города вполне реален, так как в современной России проходит активный процесс развития туристического бизнеса в некогда закрытых городах на Урале, Дальнем Востоке, в Центральном регионе страны. Расширение доступных объектов религиозного и паломнического туризма в современной России, в том числе и в нижегородской области, будет способствовать становлению туристического бизнеса в городе Саров в ближайшем будущем.

С учётом существующего статуса города и финансовых ресурсов задачи такого масштаба, как развитие туризма в Сарове, пока решаются программно-целевыми методами. В городской администрации завершается разработка концепции развития туризма в городе. Основной целью будущей программы развития городской среды является формирование на его территории туристской отрасли. Планируется создание в городе современного туристского комплекса, который позволит удовлетворить, прежде всего, потребности населения города в сервисных и туристских услугах.

*А. В. Захарычев*

## **ФАКТОРНАЯ ОСНОВА СПЕЦИФИКИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ**

Сервисная деятельность в России, несомненно, имеет национальный колорит, ту неповторимую «изюминку», которой нет нигде в мире. Именно этот фактор и позволяет нам говорить о российском сервисе, а не о каком-либо другом. В такое интеграционное понятие, как «европейский сервис» сервисная система России сейчас не входит, однако наша страна является неотъемлемой частью европейского мира.

Подобную ситуацию вряд ли стоит считать результатом самоориентации России, скорее всего, это результат традиционного пренебрежительного отношении населения к сфере услуг. Естественно, эта проблема возникла не во времена перестройки или революции, она складывалась постепенно, под влиянием разнообразных факторов. А если учесть, что наша культура прошла не малый путь развития, то не без оснований можно объединить всё многообразие факторов, влияющих на формирования русской мысли, в одну категорию - исторические факторы. Именно они и определили современную специфику сервисной системы России.

Влияние исторического процесса на национальные черты заметили многие мыслители, поэтому сейчас вырисовывается некая общая картина, где на первом плане выделяются

несколько пунктов, сыгравших первостепенное значение на отношение к сервису. Обобщенно их можно представить так:

- 1) ландшафтно-климатическое влияние;
- 2) общинный строй;
- 3) сословное деление и крепостное право;
- 4) традиционность.

Но не стоит забывать, что «наше мышление привыкло расчленять изучаемый предмет на составные его части, а природа ни в себе самой, ни в своём действии на людей не любит такого расчленения; у неё все силы ведут совокупную работу». [4]

Под ландшафтно-климатическим влиянием мы предполагаем воздействие всех природных процессов, протекающих в период формирования русской народности и культуры. В настоящее время широко распространено мнение, что характерные черты русского человека были вызваны именно данной факторной категорией. «Есть соответствие между необъятностью, безгранностью русской земли и русской души, между географией физической и географией душевной. В душе русского народа есть такая же необъятность, безгранность, устремлённость в бесконечность, как и в русской равнине», - писал Н.А.Бердяев.

Русская природа, по характеристике В.О. Ключевского, «при видимой простоте и однообразии отличается недостатком устойчивости: ее сравнительно легко вывести из равновесия». Русский же человек проявлял явную "непредусмотрительность» в отношении окружающей среды» [4]. Ключевский ставит лес, степь и реки на первое место в процессе формирования русского государства и его культуры. Нет сомнений, что они оказали своё значение в этом вопросе, но также не нужно забывать и о климатических особенностях. «Русская зима» - это не просто гордость перед остальным миром, это русский стальной характер и, в то же время, русская безмятежность, привычка оставлять всё на потом. Уж не многочисленные ли зимние дни привили нам такую привычку? Климат и ландшафт, соединившись в единое целое, повлияли на наши национальные особенности. Вряд ли полностью можно согласиться с утверждением Ключевского, что широта русской души связана со степью. Да, степь сыграла свою роль, но открытость пространства видна не только в степи, везде, куда бы ни шёл человек, он видел ширь и простор. Наш ландшафт устроен так, что у нас создаётся чувство бескрайней меры, чувство свободы и простора и мы с лёгкостью меняем одно место на такое же. А, как известно, сервис - это социально-культурное явление, то есть какая культура и общество, такая и система обслуживания. Ведь сервис – это индикатор состояния общественных связей и взаимоотношений, показатель национальной ментальности народа.

Ещё одну группу, выделяющуюся в исторических факторах, условно можно назвать общинным строем. Данная категория связана с коллективной чертой. Однако в России не произошёл процесс «ренессансного гуманизма»[1]. Все нравственные, эстетические, моральные, хозяйственные, культурные и экономические нормы устанавливала именно община. Простым примером этого служит тот факт, что в деревнях перед пасхой была традиция мыть избу. И вроде бы это обычное дело и для нашего времени, но данная процедура выполнялась коллективно. Хозяйки заранее договаривались, определяли очерёдность и шли всей улицей чистить жилище друг другу. Такое взаимодействие естественно отрицало проявление всякой индивидуальности, а если она и имела место, то воспринималась общиной в штыки.

Подобная практика никак не способствовала развитию сервисной системы. Ведь сервис, в основе своей, ориентирован не на народ, а на отдельного человека. Можно было уже тогда увидеть тенденцию к нарастанию отрицательного отношения к сервисной деятельности, и если небольшие услуги встречались «на ура», то платные услуги откровенно принимались в штыки. Близка к общинному строю и такая факторная составляющая, как сословное деление и крепостное право. Ведь, как известно, Европа тоже прошла через это, но сравнительно быстро смогла избавиться от данного явления. В России же сложилась система, когда низшие сословия обслуживали высшие, то есть в крепостнической России не было смысла в сервисных службах, поскольку их функции осуществляли холопы. Данный вид сервиса некоторые исследователи называют сословный, но с учётом реалии нашей истории, то относительно нашей страны, на

наш взгляд, его нужно называть сословно-крепостнический. А это ещё одна причина негативной оценки сервисной деятельности у нас в стране. Мы на подсознательном уровне сравниваем её с обязанностью или повинностью, а это является причиной отсутствия серьезного отношения к работе в сфере сервиса. Естественно такое положение не могло не оставить след в дальнейшем отношении к сервису.

И ещё один очень важный фактор, который сохраняется на протяжении всей нашей истории, - это традиционность. Все дело в том, что оказание услуг в большинстве своём не опиралось на такой критерий, как прибыльность. Услуги, которые оказывали в те времена, были, по большей мере, лишь проявлением традиций. Только после реформ Петра Великого можно говорить о становлении цивилизованного сервиса в России. И хотя ещё долго оставались старые традиции, но всё же, в экономической жизни людей появилась сервисная деятельность. К понятию традиционности так же стоит отнести и централизм, который присущ нашему народу.

Российский сервис, безусловно, уникален, но уникальность его двойственна. С одной стороны она основана на русской культуре и традициях гостеприимства, а с другой - имеет скрытый характер, обусловленный историческим развитием сервисной системы и общества в целом.

#### ***Библиографический список***

1. Аманжолова, Д.А., Багдасарян, В.Э., Горлов В.Н. Введение в специальность / Д.А. Аманжолова, В.Э. Багдасарян, В.Н. Горлов. – М, 2005. - 136 с.
2. Воронкова, Л. П. История туризма и гостеприимства / Л.П. Воронкова. - Москва. 2004. - 287 с.
3. В.О. Ключевский. Русская история, полный курс лекций. Лекция четвёртая. <http://bibliotekar.ru/rusKluch/4.htm>
4. Отечественная культура, <http://imp.rudn.ru/ffec/cult/cu3-1.html>

***М.Н. Гыбина, Т. Л. Михайлова***

### **ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: МОДНОЕ ВЕЯНИЕ ИЛИ ОСОЗНАННАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ**

В 70–80-е годы XX века на рынке туристских услуг появился новый продукт – «eco-tour», появление которого есть реакция на желание отдыхать в среде, безопасной для здоровья. Пока для России экотуризм – необычное явление, хотя за рубежом он очень популярен: это путешествия в места с относительно не тронутой природой. Его основной принцип – не навредить окружающей среде. При экотуризме используются экологически чистый транспорт, организуются привалы в строго отведенных местах. Классические экотуры нацелены изначально на экологическое просвещение путешественников, хотя не исключают знакомства с историческим прошлым населяющих регион народов, традициями, фольклором. Это молодое направление, которому нет еще единого названия: одно и то же явление называют экотуризмом, природным туризмом, зеленым, мягким; иногда относят к одному из направлений adventure travel. Экологический туризм определяется как строго специализированный вид досуга с ярко-выраженными научно–познавательными целями [1].

Сегодня эта разновидность туризма становится популярной. Раньше, когда гламур «победно шествовал» по страницам глянцевого журналов, не сходил с уст людей всех возрастов, наиболее популярными местами отдыха были пляжи Майами, Лазурного берега. Сейчас ситуация изменилась: на смену метросексуалам приходят экосексуалы, по телевидению, в журналах все больше рекламы экологически чистых продуктов, одежды, сумок. Немало разговоров про экологически чистое топливо, хотя оно вряд ли получит распространение, пока нефтяной бизнес приносит такие доходы. Заботиться об экологии стало модно благодаря СМИ. Новое веяние появилось, однако понимание сути отсутствует. К сожалению, человечество разучилось бережно относиться к природе. Мы привыкли брать у нее все необходимое, не давая

ничего взамен, и сейчас пожинаем плоды такого поведения. Плоды такого поведения сейчас и пожинаем. В связи с этим все большее распространение получает агроэкотуризм, в частности, туризм в сельской местности, предполагающий ведение туристами сельского образа жизни на фермах, хуторах. Развитие агротуризма актуально для стран Западной Европы и США. В России подобное направление крайне непопулярно. Причин несколько: а) упадочное состояние современных деревень; б) даже в крупном городе найти городского жителя в n-ом поколении трудно, у большинства есть собственный домик в деревне. Развивать агротуризм достаточно перспективно, ибо требуются небольшие первоначальные вложения, развитие экономики, восстановление деревень. Но будут ли желающие? Сейчас наблюдается отток городских жителей в деревни, русские люди предпочитают иметь свою собственность, чем гостить где-то. Так что, если работать в этом направлении, необходимо будет учесть много нюансов.

Чисто научным экотуризмом занята относительно небольшая часть туристов. Этот вид является источником информации об удаленных и малоизученных районах, необходимой и для науки, и развития самого экотуризма. В последнее время в научных полевых исследованиях, не требующих высокой квалификации, используется помощь туристов-добровольцев, с удовольствием совмещающих отдых на природе с такими экзотическими занятиями, как сбор яиц редких видов черепах где-нибудь в Коста-Рике или учет численности копытных в заповедниках России [2].

Другое направление – познавательный туризм, посещение национальных парков, заповедников. Неожиданным был ответ на вопрос относительно желания респондентов посетить заповедник или национальный парк? – не раз звучало их согласие. Значит, не все потеряно. Обычно на подобные экскурсии водят в основном школьников, да и то в «добровольно–принудительной» форме. Проблема в том, что экскурсии проводят люди, много знающие о природе, но не имеющие экскурсоводческих навыков. Хорошо, если они заинтересованы в своей работе, иначе такое времяпрепровождение может превратиться в пытку.

Россия обладает обширными территориями с нетронутой природой. Нам повезло. Историко-культурный, природно-рекреационный потенциал Верхневолжского района огромен: территории Тверской, Ярославской, Ивановской, Костромской, Нижегородской, Кировской областей, северные части республик Удмуртии, Чувашии, Мари Эл. Разнообразные природные ландшафты, заповедники, парки, многочисленные памятники истории, культуры, архитектуры служат базой для развития туризма, в том числе иностранного. Территория Верхневолжского района хорошо обводнена, Волга определяет рекреационное развитие региона. Западная половина района богата озерами, самое крупное – Селигер. На Волге построено несколько крупных водохранилищ – Иваньковское, Конаковское, Рыбинское, Горьковское. Обилие водоемов позволяет в Верхневолжском районе иметь значительные водные, рыбные ресурсы. Все это говорит о том, что Верхневолжский район очень перспективен для развития экотуризма, как внутреннего, так и въездного. Особо охраняемые природные территории играют важную роль в сохранении биоразнообразия и поддержании экологического равновесия. Заповедники – важнейшие центры сохранения и приумножения промысловых охотничьих животных, имеющие большое значение для Верхневолжского района. Рекреационная сеть в районе среднеразвитая, преобладают учреждения лечебно-оздоровительного отдыха. Наиболее крупные курорты: «Зеленый город» в Нижегородской области и «Нижнее Ивкино» в Кировской области.

Культурное наследие отличается большим разнообразием, что определило приоритетное развитие познавательного туризма: здесь расположено множество древних городов России. Объекты познавательного туризма – областные центры: Тверь, Ярославль, Кострома, Нижний Новгород, Киров, а также малые исторические города: Торжок, Старица, Кашин, Углич, Рыбинск, Макарьев, Согалич Слободской [3]. Экологический туризм требует профессионального подхода. Дефицит квалифицированных специалистов, работающих в заповедниках, не способствует развитию отрасли. Это связано с непониманием работниками заповедников специфики организации экотуризма, ценовой политики, важности рекламы, маркетинга [4].

Россия как эколого-туристское направление представляет собой потенциально важный сегмент мирового рынка, но до настоящего времени освоенный фрагментарно. Одна из причин этого –

недостаточная осведомленность о сути экотуризма, его принципах, технологиях. Необходима федеральная Программа развития, научные разработки, продуманная законодательная база на федеральном и региональном уровнях [5]. В России еще не сформировался спрос на данный вид туризма, поэтому мало экотуристов. Немногие из отечественных туристов готовы потратить средства, время и силы на защиту окружающей среды. Однако настоящее время наблюдается тенденция увеличения интереса к данному виду туризма у людей практически всех возрастов.

#### *Библиографический список*

1. Биржаков, М.Б. Введение в туризм /М.В.Биржаков.– М – С-П, 2008 г.
2. Большаник, П.В. Рекреационная география: учеб. пособие. /П.В. Большаник. – Омск, 2003.
3. Самойленко, А.А. География туризма: учеб. пособие. А.А. Самойленко. – Ростов-н/Д.: Феникс. 2006.
4. Сергеева, Т.К. Экологический туризм: учеб. пособие /Т.К. Сергеева. – М.: ФиС, 2004.
5. Кусков, А.С. Рекреационная география: учеб.– метод. комплекс /А.С. Кусков. – М,2001.

*И.А. Вострухова, Е.С. Емельянова, М.Б. Каткова*

### **МОДЕРНИЗАЦИЯ СОРМОВСКОГО ПАРКА**

Объектом своей работы мы выбрали парк, так как посещение Кремля и других памятников культуры уже входит в любую экскурсионную программу, а в Нижнем Новгороде есть множество заповедных мест, которые, к сожалению, не так известны в силу своей непривлекательности. К таким объектам мы можем отнести парки города. На сегодняшний день в городе работает восемь парков. Автозаводский парк обладает довольно большой территорией, необходимой инфраструктурой, но неудобен из-за своего расположения. Парк Швейцария – самый современный парк в городе и считается самым популярным местом отдыха, особенно в летнее время. После изучения состояний городских парков мы остановили свой выбор на Сормовском парке, так как обладает огромной территорией, но она большей частью заброшена. Сормовский парк является одним из криминальных мест в городе. Парк необходимо обезопасить и сделать его более посещаемым. Популяризация Сормовского парка связана с посещением крупных туристических объектов Сормовского района: музея истории завода «Красное Сормово», Спасо-Преображенского собора и стадиона «Труд». Парк - идеальное место для проведения игр, праздников, соревнований.

Любой парк развлечений сложно представить без аттракционов. В Сормовском парке находится 12 аттракционов и отдельно расположенный детский городок. К сожалению, состояние многих аттракционов оставляет желать лучшего. Мы предлагаем превратить парк в современный развлекательный центр, который будет интересен не только жителям города, но и его гостям, разместить на территории парка современные аттракционы для детей и взрослых. **Беседки с мангалом.** Одним из наиболее любимых семейных развлечений было и остаётся приготовление мяса на огне. Не только русским, но и иностранцам нравится собираться вместе (с друзьями или в кругу семьи) и устраивать пикники. Можно отлично провести выходные в Сормовском парке, арендуя беседку с мангалом. Этот вид беседки очень удобен, ведь в ней можно устроить настоящий пир на лоне природы. Мангал, установленный в самой беседке, позволит приготовить изысканную пищу на открытом огне даже при сильном дожде. Чаще всего беседки с мангалом используют в летний период. Однако если в беседке предусмотреть распашные окна, то приготовить здесь шашлык на мангале можно в любое время года.

**Скульптуры.** Жанр садовой скульптуры в нашей стране почти забыт. Мы предлагаем разместить в Сормовском парке скульптуры, изображающие героев произведений Горького. Фигуры Буревестника, Сокола, Ужа, Данко, вырывающего сердце, и другие украсят парк и привлекут к себе внимание. В парке можно будет проводить экскурсии, которые будут интересны и нижегородцам, и гостям нашего города. Мы считаем, что скульптуры персонажей

русских сказок также необходимо поставить в парке. Дети будут рады сфотографироваться с Бабой Ягой, гномами, Драконом и другими сказочными героями.

Сормовский парк нуждается в предприятиях общественного питания. Мы предлагаем построить на территории парка **кафе «Метеор»**, которое будет работать круглогодично. Здание будет построено в виде «Метеора» - лодки на подводных крыльях площадью 350 кв. м. Всем его посетителям представится возможность окунуться в атмосферу СССР. Благодаря большому танцполу можно будет проводить дискотеки, тематические вечера.

**Одна из важнейших проблем города – это проблема экологии.** Состояние реки Парашка на сегодняшний день оставляет желать лучшего. Необходимо произвести чистку реки. На территории парка располагается пруд с водоплавающими птицами. Пруд нуждается в очистке, ведь лебеди могут выжить только в чистой воде.

#### **Мероприятия по увеличению прибыли проекта:**

1. Тематические вечера и праздники в кафе «Метеор».
2. Соревнования по гребле и катание на лодках на реке Парашка.
3. Конкурсы по запуску воздушных змеев на полигоне, конкурсы детского рисунка и другие мероприятия для детей.
4. В зимнее время в Сормовском парке можно проложить лыжную тропу и устраивать лыжные прогулки, а также соревнования.

Все перечисленные мероприятия помогут привлечь внимание детей и взрослых и сделать Сормовский парк популярным местом для отдыха.

Мы считаем реализацию нашего проекта целесообразной. Во-первых, это социально значимый проект, который предполагает создание более 30 рабочих мест. Во-вторых, охраняемый (а значит, и безопасный) парк более привлекателен для нижегородцев и туристов. В-третьих, мы постарались решить такую проблему, как отсутствие мест для купания в нашем городе. В-четвёртых, хорошо оборудованный парк может стать подходящим местом для проведения различных праздников, дискотек и конкурсов. Кроме того, наш проект направлен на повышение туристского потенциала нашего города, ведь создание парка с современной инфраструктурой поможет привлечь к нему внимание туристов.

#### **Библиографический список**

1. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р. Орлова. – 6-е изд., Москва: Омега-Л, 2007 г.
2. Бухгалтерский учет: учебник для вузов; под ред. проф. Ю.А. Бабаева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
3. Википедия - свободная энциклопедия (<http://ru.wikipedia.org>)
4. Информационно-аналитический ежедневник «Красный Сормович» №23, 2005 г. // <http://www.sormovich.nnov.ru>
5. Информационно-аналитический ежедневник «Красный Сормович» №47, 2005 г. // <http://www.sormovich.nnov.ru>
6. Информационный портал «Свой бизнес, свое дело» // <http://www.businessdelo.ru>
7. Официальный сайт администрации г. Нижнего Новгорода // <http://www.admgor.nnov.ru>
8. Официальный сайт ЗАО «Эталон» // <http://www.etalon-dveri.ru>
9. Официальный сайт компании «Беседки.com» // <http://www.besedki.com>

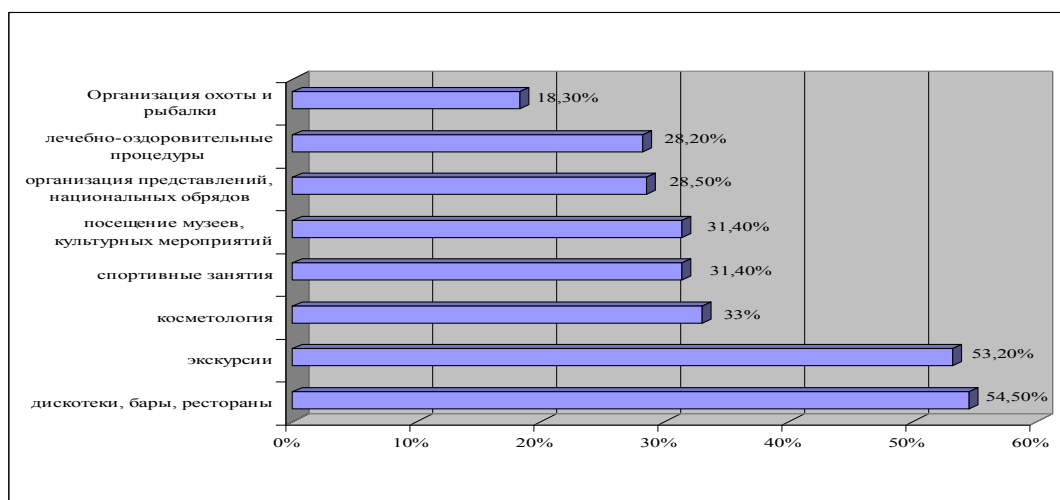
**М.В. Ефремова, Д.В. Коротин**

### **ИЗУЧЕНИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ**

Нижний Новгород, являясь одним из старинных городов России с богатой историей и культурой, испытывает серьезные проблемы с въездом туристов. Для выявления туристских предпочтений студентами Нижегородского коммерческого института проведено маркетинговое



исследование среди жителей и гостей Нижнего Новгорода. Объем выборки составил 624 чел. Выборка формировалась методом случайного отбора на центральных улицах Нижнего Новгорода.



**Рис. 1. Услуги, необходимые для хорошего отдыха**

Как показали исследования, в настоящее время прослеживается тенденция переориентации россиян на внутренний туризм: почти 45% опрошенных хотели бы отдыхать на территории России. Больше половины опрошенных (57%) предпочитают пляжный отдых: им нужны солнце, вода и свежий воздух. Около 40% респондентов тяготеют к культурно-познавательным турам. Для них важны посещения исторических и архитектурных памятников, музеев и других экскурсионных объектов. Более четверти респондентов любят спортивный туризм. При этом экстремальному туризму отдают предпочтение 19,6% опрошенных, из них 80,3% – молодые люди в возрасте от 18 до 25 лет. Круизный туризм привлекает 27,2% респондентов. Охотой и рыбалкой увлекаются 13% респондентов. Экологический туризм интересует только 8% опрошенных. Путешествия с деловыми целями готовы совершить 5,4% респондентов. В религиозном и паломническом туризме заинтересовано почти столько же туристов (4,8%). Другие виды туризма выбрали 10,6 % респондентов. Принимая во внимание, что существенное количество респондентов (около 40 %) тяготеет к культурно-познавательным турам, считаем целесообразным создание в Нижегородской области культурно-познавательных комплексов, напоминающих об исторических ценностях региона (табл. 1).

**Таблица 1**

**Предложения по созданию тематических комплексов**

Вид и название проекта	Идея
Историко-тематический комплекс «Волжская легенда»	Воссоздание исторической картины жизни нижегородцев, неразрывно связанной с Волгой–матушкой, судостроением, заводом «Красное Сормово, стимулирование интереса к речным круизам
Историко-познавательный комплекс «Гостиный двор»	Воссоздание исторического облика Всероссийской промышленной и художественной выставки (Нижний Новгород, 1896 г.). Оригинальность архитектурно-строительного решения состоит в том, что торговые павильоны и корпуса должны иметь элементы стилизации под древнерусское зодчество, подчеркивающие образ древней Руси и имидж экологически чистого района
Историко-тематический комплекс «Нижегородский трамвай»	Ознакомление туристов с важным событием в жизни нижегородцев – появлением трамвая, который был пущен к открытию Нижегородской ярмарки в 1896 г.
Природно-тематический комплекс «Аллея любви» с программами официальных свадебных церемоний;	Привлечение молодежи, в том числе молодоженов к внутреннему и въездному туризму в Нижегородскую область

При ответе на вопрос относительно интересных объектов культурного наследия Нижегородской области наибольшее количество голосов – 69,2% – отдано за Нижегородский Кремль; 42,3% – за Ярмарочный комплекс; примерно одинаково распределились голоса в пользу усадеб дворян и купцов – 32,4% и храмов (монастырей) – 30,1%; чуть меньше (30,4%) выделили заповедники и заказники, а также ремесла – 29,2%. Музей культуры и быта народов Поволжья назвали 25,3%.

Реализация указанных проектов позволит решить две важные задачи: во-первых, сформировать уникальные конкурентные преимущества Нижегородской области для развития культурно-познавательных туров, во-вторых, расширить целевую аудиторию въезжающих туристов. Таким образом, как показали проведенные исследования, Нижегородский регион обладает высоким потенциалом для развития туризма. Для повышения привлекательности туристских услуг и увеличения потока туристов необходима многоплановая работа, включающая формирование востребованных на рынке туров, правильное позиционирование соответствующих территорий и их эффективное продвижение.

*Сузуки Кимико*

## РОССИЯ ГЛАЗАМИ ЯПОНСКОЙ ТУРИСТКИ

Мы с мужем впервые поехали в Россию в конце мая 2008 года, что бы выполнить нашу заветную мечту – посетить Санкт-Петербург и обязательно посмотреть балет в Мариинском театре. Наш российский тур также включал знакомство с объектами старинной архитектуры в исторических городах Русского Севера.

Из аэропорта Санкт-Петербурга до гостиницы "Астория" мы доехали на машине. Было уже 10 часов вечера, на улице было еще светло, много машин и людей. В гостинице была очень спокойная атмосфера, но сотрудники отеля показались нам не особо приветливыми. Зато вид из окна номера оказался великолепным – прямо перед нами располагался Исаакиевский Собор.

Мы могли постоянно наслаждаться его видом и живо ощутили, что Санкт-Петербург действительно настоящая сокровищница мирового искусства. Мы с мужем решили побродить по улочкам города пешком, любуясь многими памятниками российской истории, культуры и архитектуры, обозначенными в туристском путеводителе.

В последующие дни нашего пребывания в городе на Неве состоялось посещение Мариинского театра, где в программе был балет "Бахчисарайский фонтан". Здание театра очень красивое, в зрительном зале царили теплота и доброжелательность. Нам потребовалась всего пара минут, чтобы найти наши места. Любезные служащие, понимая, что мы иностранные туристы, очень быстро помогли нам пройти к нашим креслам. Рядом с нами сидела красивая русская девушка, которая сама вызвалась оказать помощь по всем возникавшим проблемам. Конечно, балет был прекрасен: артисты, музыка, хореография. Нам с мужем понравилось буквально всё, а самое главное - сбылась мечта нашей молодости!

Несомненно, что туристский объект номер один в Санкт-Петербурге – Эрмитаж, который мы посетили на следующий день после встречи с российским балетным искусством. В музее провели почти пять часов, однако нам не хватило времени – Эрмитаж слишком большой!

Экскурсантов в этот день было много и когда люди случайно сталкивались друг с другом в переходах, многие извинялись на разных языках: английском, немецком, французском, японском. Странно - но все понимали друг друга, в Эрмитаже особая аура и мы в этом убедились.

Северная российская столица показалась нам упорядоченным, современным городом, где много музеев, как сообщается в путеводителе – около 300. Санкт - Петербург, кажется, таит много русских прелестей, но мне показалось, что сложно их понять и почувствовать только по внешнему виду.

По архитектуре это вполне европейский город, своеобразный синтез западноевропейской культуры своего времени. Наверно, за пределами границ этого мегаполиса должен сохраниться некий образ древнерусской культуры и иных национальных традиций. Нам захотелось увидеть старинную русскую архитектуру и мы поехали в Великий Новгород.

Из Петербурга выехали на машине с сопровождающим гидом около 12 часов дня, небо было безоблачным, солнце сияло. По обочинам дороги и на придорожных полях цвело много желтых цветов, похожих на одуванчики. Изредка попадались группы деревянных домов, которые гид называла деревнями. Стены многих домов в них были окрашены в зеленые, желтые и голубые цвета, окна украшены расписными наличниками. Дома были явно старыми, но мне они казались очень красивыми. Именно такие старинные русские дома мы и ожидали увидеть. Но гид сказала, что в таких домах живут только старики либо вообще никто не живет, они не пригодны для жилья. Почти во всех домах отсутствует газовое отопление, и жить в них зимой совершенно невозможно.

В Великом Новгороде мы посетили Музей деревянного зодчества "Витославицы", что меня особенно интересовало. Побывали на экскурсиях в Юрьевом монастыре и Кремле, где находится кафедральный Софийский собор. Я слышала, что это самое старинное здание в России. Снаружи стены собора белые, внутренняя часть храма темная и торжественная. От стен Кремля открывается поразительно красивый вид – блестящие под голубым небом речные просторы Волхова, по берегам которого было много церквей. Гид сказала, что раньше их было еще больше.

В этом месте у меня незапно возникло чёткое ощущение, что время внезапно остановилось. Мне показалось, что я вижу много торговых судов на реке, как будто в старые времена грозных русских царей. Но того царства уже давно нет... А сейчас множество туристов приезжает сюда. Они любуются прекрасным видом и возвращаются мысленно к истории своей Родины, вместе с глубоким чувством уважения к своим предкам.

Сейчас я усиленно изучаю русскую культуру, литературу, языковое общение и мы планируем побывать в России, прокатиться на белом туристическом теплоходе по великой русской реке Волге и обязательно посетить старинный российский город Нижний Новгород, который славится своей ярмаркой и гостеприимством.

## Секция 3

---

# СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ, БИОСФЕРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ И ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС

---

**Председатель:** И.А. Савченко, кандидат психологических наук, доцент кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации», зам. декана ФКТ НГТУ по научной и воспитательной работе

**Заместитель председателя:** О.А. Башкаева, ст. преподаватель кафедры «Основы экономической теории и права»

**Ответственный секретарь:** А.З. Джанибекова, студентка ФКТ

*И.А. Савченко*

### СОВРЕМЕННОСТЬ КАК НЕЗАВЕРШЕННЫЙ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПРОЕКТ

Постмодерн, о котором, начиная с конца восьмидесятых, заговорили решительно все, до сих пор остается неосязаемой непонятной сущностью. Действительно, как понять обывателю, что общество, в котором он существует, живет и дышит «здесь и сейчас» нужно считать не современным, а постсовременным. В межкультурной коммуникации проблема преемственности модерна и посмодерна реализуется особенно сложно.

Магистральную коммуникативную тенденцию в трансформации современного общества и государства выявил **Юрген Хабермас** [1]. Форма национальной идентичности, специфичная для Нового времени, сделала необходимым, чтобы каждая нация для достижения независимости организовалась в государство. Но в исторической действительности государство с национально-гомогенным населением всегда оставалось фикцией. Само национальное государство как раз и производит те движения за достижение независимости, в которых подавленные национальные меньшинства борются за свои права. Подчиняя меньшинства центральному управлению, национальное государство само вступает в противоречия с предпосылками самоопределения. Хабермас предположил, что в сегодняшних западных обществах происходит изменение формы классического национального государства.

Коммуникацию Хабермас рассматривает в русле теории социального действия и оперирует понятием *коммуникативного действия*. Согласованность коммуникативных действий ведет к *консенсусу*, являющемуся альтернативой *коммуникативному диссонансу*.

Называя модерн «незвершенным проектом», на фоне набирающего силу постмодернистского дискурса Хабермас оказался одним из немногих, призывающих не ставить точку на рациональности научного модерна [2]. Однако такое стремление у многих ассоциировалось с неуместным научным консерватизмом. Поэтому идеи, авторы которых объявляли себя новаторами, воспринимались более активно.

«Моей целью является критика привычного понимания коммуникации и предложение его иного варианта», - вот так начинается свою статью «Что такое коммуникация?» **Никлас Луман** [22, 114].

Луман убеждает нас, что система коммуникации является полностью закрытой системой. Так, успех или неуспех межкультурной коммуникации должен иметь только причины коммуникативного характера и никакие иные.

Луман при этом настаивает на бесцельности коммуникации, заставляя читателя принять тезис кольцевой, аутопойэтической закрытости системы коммуникации, которая «происходит или не происходит – это все, что можно сказать о ней» [3, 120]. И здесь Луман, по-видимому, прав. В этом смысле социокультурные отношения нельзя полностью отождествлять с межкультурной коммуникацией, которой между отдельными группами социокультурного мультикультурного сообщества может и не быть вовсе.

Луман подвергает сомнению тот факт, что коммуникация нацелена на консенсус, ищет согласия. На понятии консенсуса построена теория рациональности коммуникативного действия, разработанная **Хабермасом**. Луман же полагает, что можно вступить в коммуникацию, чтобы обозначить разногласия, можно начать спорить, и не существует никакого императивного основания считать поиск согласия более рациональным, нежели поиск разногласий. Это полностью относится к темам и партнерам. Как говорит Луман, «само собой разумеется, что коммуникация невозможна без какого-либо согласия; но она невозможна также и без какого-либо разногласия».

Данное положение очень важно для понимания сущности межкультурной коммуникации. Действительно, полное отсутствие разногласий равно отсутствию межкультурной коммуникации. При абсолютном консенсусе (если такое вообще возможно) коммуникация не исчезнет, она останется, но элиминируется ее межкультурная сущность.

На место хабермасовской **энтелехии**, направленной на консенсус, системная теория Лумана выдвигает иной тезис: коммуникация обостряет вопрос о том, будет ли сообщенная и понятая информация принята или отклонена. Сообщению верят или не верят: коммуникация создает, прежде всего, лишь эти альтернативы и, тем самым риск отклонения. Она форсирует ситуацию решения, будто бы она не существовала без коммуникации. В этом отношении все коммуникации рискованны. Межкультурная коммуникация рискованна вдвойне, поскольку основана на разногласии.

Однако Луман подчеркивает, что возможно также обратное коммуникативное поведение, свойственное прежде всего для некоторых (например, дальневосточных) культур: избегают коммуникации с высокой вероятностью быть отклоненной, пытаются исполнять желания до их выражения и тем самым сигнализируют о пределах; содействуют коммуникации, не противореча и не мешая коммуникации тем, что поступает сообщение о ее приеме или отклонении. Согласно Луману, заострение альтернативы приема или отклонения является ничем иным, нежели аутопойэзисом самой коммуникации.

В этом смысле Луман помогает понять, почему в поликультурном сообществе люди не находят путей культурного диалога, почему, несмотря на постоянный процесс взаимодействия, прежде всего в социально-экономических сферах, культурное разобщение не уходит, а часто лишь усиливается. Это проявляется как в движениях конфессий и диаспор, в сегрегационно-геттоизационных тенденциях, так и в сепаратизме целых территорий.

Традиционно ценности и ценностный консенсус рассматриваются как важнейший социокультурный атрибут коммуникации. Что говорит об этом Луман? Опять таки критикуя Хабермаса, говорившего о значимости ценностей, Луман настаивает на чрезвычайной неустойчивости ценностей и невозможности их самореализации. Луман убежден, что ценностный консенсус «также неизбежен, как вреден» [3, 122].

Итак, если Хабермас предлагает в качестве решения социокультурных коммуникативных проблем консенсус, то что же предлагает Луман? Оказывается, толерантность. То есть то, что в постмодернистском дискурсе именуется политкорректностью. Если консенсус предполагает сближение и эмпатию, то цель толерантности - не допустить к себе ближнего, не увидеть в нем

подлинного другого, удержать незнакомое на расстоянии. Толерантность - это способ не любить ближнего, не чувствовать к нему эмпатии, в конечном счете - защититься от него [4].

Патологическое состояние социокультурной системы, по Луману, возникает, если определенные уровни толерантности превышаются. Таким образом, получается, что толерантное отсутствие коммуникаций, по Луману, часто предпочтительнее, поскольку патология как раз и означает чрезмерный коммуникационный накал, выражающийся в конфликте, национальном, межэтническом, религиозном.

Оценивая подобное мнение, можно сказать, что конфликт, безусловно, всегда является нежелательным. Но поскольку он имеет коммуникативную природу, то конструктивное решение конфликта, по нашему мнению, может вести к пресловутому хабермасовскому консенсусу. Луман же, по сути, предлагает избегание коммуникаций в виду опасности патологий.

Вообще критика хабермасовских положений о консенсусе и рациональности коммуникативного действия является центром коммуникативной теории Лумана. И хотя своей критикой Хабермаса Луман во многом и знаменит, она является, на наш взгляд, самым уязвимым звеном в творчестве Лумана.

Процесс социокультурной эволюции Луман предлагает понимать как преобразование и увеличение возможностей перспективной коммуникации. Продолжая мысль о посредниках, он, в принципе, соглашается с распространенным мнением о том, что медийные средства являются универсальным посредником [5]. Но очень неожиданным является обращение Лумана к теоретическим положениям Толкотта Парсонса, который различал следующих посредников коммуникации: деньги, власть, влияние и ценностные ориентации.

Обращение Лумана к теории Парсонса было бы вполне закономерным, если бы Луман не стремился откеститься всеми возможными способами от теории действия, в разработку которой Парсонс внес существеннейший вклад.

И вообще: могут ли быть посредники вне действия? Почему же Луман сам встраивает свои теоретические положения в им критикуемую им модель: коммуникатор – посредник - коммуникант, вовлекая себя тем самым в парадигму научного модерна?

Почему у Лумана вдруг начинает работать сформированная в духе научного модерна хабермасовская теория рациональности коммуникативного действия, якобы «ошибочная уже чисто эмпирически» [3, 117]. Наверное, потому, что Хабермас был прав – модерн является незавершенным проектом, и это - объективная социокультурная и коммуникативная реальность.

#### ***Библиографический список***

1. Фурс, В. Критическая теория «современности» (анализ формирования одной социально-философской концепции) // «Логос» 2004, №1. С. 34-52.
2. Habermas, J. Die Moderne — ein unvollendetes Projekt, in: Kleine politische Schriften I-IV. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 1981. – 203 s.
3. Луман, Н. Что такое коммуникация? // Социологический журнал, 1995, № 3. — С. 114—125.
4. Мартынов, К. К критике европополиткорректности // Русский журнал. 2007, №3. - С. 20-25.
5. Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. - М.: Практика, 2005. 254 с.

***В.П. Козырьков***

### **СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЛУДДИТЫ**

Рабочая группа экспертов комитета Госдумы по информационной политике, информационным технологиям и связи подготовила законопроект, регулирующий правовые отношения в глобальной сети. Предлагаемый текст есть небольшой комментарий к этому проекту.

Английский подмастерье Нелл Лудд 250 лет назад первым разрушил свой вязальный станок в знак протеста против произвола хозяина, заставлявшего его работать без отдыха и выходных. С тех пор всех, кто покушается на несчастные машины, называют луддитами.

Казалось бы, сейчас редко кому придет в голову обвинять машины в социальных драмах. И все же луддиты не исчезли вообще. Они только радикально изменились и замаскировались. Видимо, потому что машины сейчас другие, рабочие иные и хозяева совсем не те, что 250 лет назад.

Машины сейчас больше умные, а работники – думающие. Что же произошло с хозяевами? Мир перевернулся: они стали делать то, что когда-то делал Н. Лудд. Хозяева стали ломать умные машины, не давая на них работать думающим работникам. Им не нравится, что работники, вместо того, чтобы работать, начали думать, привлекая для своего размышления умные машины. И не просто думать, а постоянно общаться друг с другом, создавая какие-то информационные сети и виртуальные сообщества. Они стали писать и говорить в этой сети то, чего не могут терпеть нежные уши государственных чиновников и призванных выражать интересы народа депутатов. Что же делать в этой ситуации? Самое простое и доступное решение – сломать умные машины и их какую-то машинную «сеть», посчитав, что не такие уж они умные, если позволяют себе такое.

Но вот какой конфуз: развитие информационной сети провозглашено руководством страны одним из главных направлений модернизации экономики, развития демократических институтов, образования, культуры и науки. Да и отдельная личность находит в этом пространстве глоток чистого информационного воздуха для того, чтобы не быть совершенно изолированной от мира и тем самым ощущать себя свободной. На всеобщую беду еще появились блоггеры, число которых стало расти в микробиологической прогрессии. И как любой неуправляемый процесс эти самые блоггеры лишили спокойствия тех чиновников и политиков, которые всегда за стабильность, спокойствие и чинопочитание. Не может такой позор вынести власть имущая душа! Отсюда естественное желание: пора бы их прищучить, этих блоггеров и все эти «живые журналы». А то ведь так можно и «умную революцию» схлопотать.

Но как это сделать? Как остановить прогресс, не прослыв ретроградом? Очень сложно. Ведь как говорил еще Гете, «две души живут во мне и обе не в ладу». Так и с нашей представительной властью. С одной стороны, нет желания прослыть «ретроградами, которые хотят надеть намордник на свободолубивое интернет-сообщество», а с другой стороны – желание остановить «пропаганду в сети насилия, ксенофобии, наркотиков и распространение детской порнографии» (из текста думского проекта). Якобы из двух зол надо выбирать меньшее. Такая вот дилемма. Что же легче остановить: коня или трепетную лань? Всем ясно, что лань: информационную сеть и сетевое сообщество остановить легче, чем дикого коня агрессивной информации, который вытаптывает и губит детские души. Да и не только детские.

Хотя выглядит эта дилемма очень странно. Оказывается, сеть виновата в том, что в стране развращают детей. Не власть виновата с ее неспособностью управлять информационными потоками, а техническое информационное средство, которое при этом используется. Почему? Да потому что в сети даются объявления и размещаются всякие рекламные заманки, на которые падки дети. Но по этой логике нужно запретить и поставить под полный контроль радио, ТВ, телефон и даже пишущие машинки «Москва», которые в советское время на время праздников нужно было сдавать в военно-учетный стол или в партком. Можно и бумагу запретить продавать, чтобы всякие грязные записки не писали. Перегородить все это новой великой Китайской стеной и успокоиться. Ведь уничтожив все это, ликвидировав и перекрыв, мы тем самым не будем видеть и слышать, что происходит в мире. Видимо, так же думал Н. Лудд, посчитав, что если он сломает машину, то и работать не придется.

Так что радуйтесь, свободные россияне! Войдем мы однажды в интернет, а там список сайтов и порталов, на которых любезные и умные госчиновники, или их заменяющие помощники и помощницы, мирно беседуют с лояльными гражданами, отвечая на все возможные вопросы. Все облака порносайтов, спама и вирусов постоянно уничтожаются контратаками доблестных антихакеров, как рассеиваются дождевые облака над Москвой в

государственные праздники. Виртуальное пространство зачищено как майское небо, и каждый гражданин входит в это пространство с таким же трепетом, как верующий человек входит в храм. Или проситель входит в кабинет могущественного чиновника. Тишина и покой. Если вздумается вам задать дерзкий вопрос, то в ответ прозвучит до боли привычное: «Не забывайте, где вы находитесь!».

Так где мы находимся? И что сейчас творится в сетевом информационном пространстве? Первое впечатление, которое испытывает новичок, входя в интернет, состоит в восклицании: «Жуть какая-то!» Поэтому наш российский чиновник долго боялся и не входил в это пространство. А тут вошел и глазам своим не поверил: творится такая же жуть, как и в самой жизни. Густая порнография, выскакивающая как черт из табакерки. Нецензурщина, которой уж точно в избытке в самой жизни. Целые микрофильмы с продолжением о том, как подростки избивают друг друга, престарелых людей, бомжей. Оскорбительные высказывания представителей одной нации в адрес другой, проклятия по поводу власти и человеческого рода вообще.

Сразу возникает вопрос: зачем нам удвоение жути? Если мы с первой жутью, с жутью в жизни, не можем справиться, так тут еще вторая. Так, может быть, удастся нам справиться с ее виртуальным двойником? Разве это не благородная и не гуманная цель? Тем более что двух политических зайцев можно подстрелить: избавиться от назойливых блоггеров и, одновременно, от простых российских граждан, поскольку видеть их придется только в виртуальном пространстве.

Но что-то постоянно смущает душу народных избранников и их помощников. Смущает то, что не так-то легко будет зачистить эту сеть в силу ее безбрежности и глобальности. А кого-то смущает то, что в сети много правозащитников и они наверняка возмутятся и возникнет очередной политический шум. Кого-то, очень прозорливых, смущает и то, что если перекрыть виртуальные информационные каналы, то те же самые негативные процессы будут протекать, но в иных, более грубых формах, в самой жизни. Ведь не случайно же Интернет назван «информационной помойкой». Теперь эту помойку решили почистить. Но разве от этого помой исчезнут?

В последнее время стало заметно, что у нашей власти возникла какая-то тяга к чистоте и красоте. Прямо как в армии перед приходом генерала. В городах плиткой улицы выложили, по которой и бомжу не стыдно пройти. Цветы везде рассадили, на которых и выпастись тому же бомжу приятно. Мусорные контейнеры новые и закрытые сделали, в которых те же бомжи роются вместе с собаками и хвалят власть за такую великую заботу о них: ведь в новом и чистом баке копать, несомненно, приятнее. Теперь вот Интернет: не может чиновничья душа стерпеть такую помойку, которая наглým образом приходит прямо в дом без всякого спроса. Ладно, что еще бомжа вместе с собой не приводит.

Так что же делать? Как избавиться от грубого вторжения интернета в частный дом? Опять самый скорый вывод: уничтожить компьютеры и создаваемую их соединением сеть. По крайней, поставить под жесткий технический и правовой контроль. И все же не так просто это сделать. Информационная сеть опутала весь мир и теперь в ее рамках разворачивается новая форма правозащитного и любого другого протестного движения. В этой сети выдвигаются такие правозащитные идеи и шаги, на которые никогда не рискнули бы пойти вживую, видя перед собой реального чиновника. Власть почувствовала угрозу и задумала прибрать к рукам новое социальное пространство, видя, что оно выходит из-под контроля. Ведь реальное социальное пространство властью уже тотально контролируется, теперь очередь дошла и до виртуального.

Причем, заметьте, народные избранники обещают не сильно покушаться на свободы народа, который их избрал. Ведь не самоубийцы же они! Поэтому даже не относят Интернет к СМИ. Следовательно, законы о терроризме и экстремизме не будут действовать в виртуальном мире. Правда, в предложенном для обсуждения тексте отмечается, что в новом Законе будет действовать такой принцип: «все, что запрещено или ограничено в обычных отношениях, должно быть запрещено или ограничено в киберпространстве». Следовательно, интернет приравнен не к СМИ, а к реальной жизни. Но ведь, как уже было отмечено, эта жизнь



полностью контролируется. Следовательно, будет так же жестко контролироваться и информационная сеть, и все сетевые сообщества.

Но почему же так боится представительная власть развития сетевых сообществ? Может быть, это превентивные шаги, которые нужно сделать после недавних событий в Кишиневе, или это шаги с целью защиты власти от реальной угрозы со стороны интернетчиков? Ведь пока эти виртуальные протесты можно рассматривать как форму современной фронды. Нельзя же, действительно, рассматривать это движение как часть гражданского общества, которое, в свою очередь, рассматривается в роли современного демократического института? А вдруг что-то произойдет с этими блоггерами и прочими жителями виртуального пространства? Ведь их очень много! И они становятся организованными! И они не только виртуальные, но вмиг могут стать реальными, повыскакивав из какой-то там «матрицы» на грешную землю и столько неприятных для власти дел мог понаделать.

Таким образом, немного подумав, депутаты решили: нет, надо зачищать «виртуалку» и не искушать судьбу. Береженого бог бережет. Уж лучше прослыть современным луддитом, чем несовременным, недалеким политиком. Вот это и есть то мнение, которое, похоже, будет решительным в решении вопроса о зачистке интернета и в разрешении возникшей дилеммы в развитии информационного общества.

*О.А. Башкаева*

## **ДЕНЬГИ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ**

Формирование в России с девяностых годов двадцатого века новых социально-экономических отношений ставит проблему адаптации к рынку зрелых людей, у которых экономическое сознание формировалось при социализме. Трансформация экономической среды, возникновение различных форм собственности, финансовое расслоение общества приводит к дифференциации экономического сознания и экономических отношений, в том числе к появлению различных социально-психологических типов людей по отношению к деньгам.

Для одних деньги - цель жизни, для других - условие существования, и каждому типу отношений соответствует специфическое монетарное поведение.

Отношение к деньгам взаимосвязано с потребительским поведением и часто его определяет. Личностная зрелость, как один из критериев типологизации потребителей, широко используется за рубежом в маркетинге стилей жизни и является одним из критериев социальной стратификации.

Деньги являются многомерным объектом, связанным с культурой, и играют важную роль в человеческой деятельности. Рассматриваются различные значения денег, проявляющиеся в установках к деньгам и в характеристиках, связанных с ними (культура, социальное положение, пол и т.п.).

В процессе развития личности происходит существенное изменение направленности и доминирующих ценностей личности, следовательно, данный фактор может явиться определяющим для формирования отношения к деньгам. Монетарные отношения могут конкретизироваться в монетарных ценностях, монетарных потребностях, мотивах получения и использования денег, монетарных социальных установках. Указанные психологические образования выступают в роли регуляторов экономического поведения. Гармоничным можно считать отношение к деньгам как к средству, а не цели, когда мотив прибыли сочетается с мотивом самореализации и творчества (характерны траты на повышение профессиональной квалификации, получение дополнительного образования, личностное развитие).

Исследования отношения к деньгам выявляют следующее: поведение и установки по отношению к деньгам не являются чем-то обособленным, изолированным, а составляют неотъемлемую часть личности. Монетарное поведение и его эпифеномены больше зависят от собственно индивидуально-психологических особенностей людей, чем от происходящих социальных изменений. Проявление индивидуальных особенностей в отношении к деньгам

можно обнаружить в монетарных социальных установках, в мотивах расходования денег, в особенностях монетарной потребности, в степени финансовой удовлетворенности.

Социализация - это противоречивое единство индивида и общества, исторически-конкретная форма социальности личности. Исходя из такого понимания, социализация выступает как процесс взаимодействия индивида и общества на основе предметно-преобразовательной трудовой деятельности индивида. Духовно-практическое освоение мира во взаимосвязи процессуальности и результативности больше всего отвечает целенаправленной социализации личности через приобщение к духовным ценностям. С одной стороны, деньги влияют на материальные потребности, выступая как средство существования и достижения более высокого качества жизни, а с другой стороны, выступают как некий символ, определяющий статус человека в обществе, обеспечивающий реализацию творческих идей. В результате деньги оказывают влияние на духовное ориентирование личности. При этом деньги могут приводить к духовной деградации, отражая человеческую слабость, бесчестие, жадность, низость, зависть или к духовному развитию, укрепляя и возвышая людей благородных, честных, сильных, щедрых. Таким образом, деньги могут выступать эквивалентом как материальных, так и духовных ценностей.

Ситуация глубоких социально-экономических перемен создает уникальную возможность для изучения меняющихся и устойчивых ценностей. Потеря ориентации в ценностно-нормативной системе заставляет одних возвращаться к первичным общечеловеческим ценностям, у других вызывает чувство растерянности и утраты смыслообразующих ориентиров, третьи примыкают к религиозным авантюристам, четвертые смысл видят в деньгах.

В современном массовом сознании деньги представляют собой одно из универсальных проявлений успеха. Казалось бы, тот, кто имеет много денег, тот и является успешным. Его успех выражается цифрами банковского счета. С другой стороны – «не в деньгах счастье». Ряд важных ценностей человеческой жизни не имеет денежного выражения: не продаются истинная любовь и дружба, а продажные - недорого стоят. И все же в деньгах оценивают очень многое. Понятия "цена" и "оценивать", хотя и имеют один корень, но совершенно не тождественны. Человеку свойственно оценивать практически все, что важно в жизни. В денежных единицах, постоянно используемых в качестве универсального измерителя общественной полезности какого-либо ресурса или деятельности человека, могут быть оценены материальные ценности, т. е. установлена цена лишь малой части того, что нам дорого.

*О.А. Худякова*

## **ТЕХНИЧЕСКИЙ АРТЕФАКТ КАК ФАКТОР СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ И СТРАТИФИКАЦИОННОЙ ДИНАМИКИ**

Существуют несколько смысловых значений технического артефакта. Так, под артефактом можно понимать процесс или образование, несвойственные изучаемому объекту в норме и возникающие обычно в ходе его исследования.

Техническим артефактом часто называют искусственно творимый объект (культурный или технический). Помимо этого встречается отождествление технического артефакта с элементами, которые в совокупности называются цивилизацией. И, наконец, техническим артефактом может быть назван любой предмет природы, если он имеет эстетическую ценность. Перечисленные объяснения с разных сторон определяют признаки технического артефакта, значимые для анализа стратификационных процессов.

Выбор технического артефакта в качестве основания для анализа стратификационных процессов современного российского общества обусловлен двумя взаимосвязанными обстоятельствами.

Во-первых, можно согласиться с позицией, заявляемой в отечественной социологической литературе в последние 15 лет, которая классифицирует российское общество как транзитное, т.е. находящееся в состоянии перехода.

Во-вторых, возможно выявление типа общества, относительно которого традиционные объективистские критерии социальной стратификации имеют весьма ограниченное применение. Основными называются субъективные критерии социальной стратификации, и в этом смысле статусное владение является одним из наиболее широко применяющихся оснований при построении аналитических схем социальной стратификации с точки зрения так называемой субъективной стороны.

Особое значение технического артефакта связано с его массовостью. Универсальность техносферы, свойственная современному обществу, делает технический артефакт универсальным же критерием, символом, маркером социального статуса, равно как и избираемой субъектом собственной социальной идентичности.

Наиболее плодотворной программой социологических исследований неравенства и расслоения общества в переходный период применительно к социотехнической проблематике является ориентация на изучение субъективных составляющих социальной стратификации. Деформация значимости материальных факторов ведёт к смещению акцентов на эмоциональные, духовные аспекты самоидентификации индивида в общественной иерархии. Включаясь в систему обозначения социального статуса, субъективные составляющие стратификации становятся подчас одним из немногих опознавательных знаков, служащих ориентиром индивида в социальном пространстве.

Владение техническим артефактом в рамках нестабильного общества опирается на иррациональную модель потребления. Наряду с характерным для постиндустриального общества демонстративным элементом потребительского поведения здесь проявляется подражательный стиль, ориентированный на воспроизведение западного опыта и ряд мифологем, циркулирующих в общественном сознании переходного периода. Не имея непосредственной связи с показателями имущества и дохода, данный аспект выводит на первый план социокультурные детерминанты стратификационной демаркации.

Технический артефакт как предмет потребления в рамках стратификационного анализа выступает как амбивалентный фактор. С одной стороны, современные технологии демократичны по своей природе и, соответственно, обладают интеграционной функцией. С другой стороны, необходимость навыков и знаний использования техники, её связь с интеллектуальным потенциалом ведут к тому, что данный аспект может рассматриваться как показатель принадлежности к определённой группе социальной иерархии. С учётом социокультурной специфики современного российского общества можно констатировать преобладание в настоящее время дезинтеграционных тенденций.

Владение техническим артефактом является важным стратификационно-маркировочным инструментом социологических исследований статусной идентичности. Выступая как один из наиболее существенных элементов взаимодействия индивида с социальной сферой, он отражает весь спектр стратификационных тенденций «транзитного» общества. Технический артефакт в социальном пространстве современной России наделен более широким диапазоном социокультурных характеристик, нежели в западной цивилизации. Учитывая взаимосвязь развития техники и политических властных институтов, возможно выявление определённых тенденций расслоения современного российского общества, уточнение ряда аспектов состояния «транзиции».

В перспективе отражения разнонаправленных цивилизационных характеристик стратификационный анализ российской действительности должен быть ориентирован на комплексный учёт экономических и ценностно-нормативных показателей идентичности. Владение техническим артефактом с методологической точки зрения может рассматриваться как один из интегральных инструментариев современных стратификационных исследований.

## **СОЦИАЛЬНАЯ СТРАТИФИКАЦИЯ: ТЕАТР, КАРНАВАЛ, ИГРА**

Коммуникативное пространство современности в его соотношении с культурным продолжает оставаться малоисследованной темой. Постсоветское общество ещё только начинает сознавать себя как освобождённое, и простор мысли, необходимый для полноценного развития отечественной культуры, возможно, один из завершающих этапов этого освобождения. Его контуры лишь слегка намечены в современных социальных преобразованиях, вместе с тем расстановка традиционных для русской мысли культурно-антропологических акцентов очевидна. Именно через них постиндустриальное общество в нашей стране стремится воссоздать свою целостность. Само данное устремление в эпоху глобализации может быть расценено как космическая утопия, тем не менее, мир – всё более сплочённый и всё менее единый – задаёт это если не как цель, то как ценность. Коммуникативное пространство, как и любое другое в настоящее время выступает как пространство социальное, в задаваемом идеале – пространство согласия на единой духовной основе.

В современном российском обществе как никогда ранее проявляется амбивалентность культуры, она предстаёт и как жертва цивилизации, оплакиваемая и реанимируемая, и как некий преодолённый идеал человечества, с которым, несмотря ни на что, необходимо расстаться, чтобы идти дальше. Один из аспектов этого – т.н. «обостренная эстетическая чувствительность», свойственная современности [1]. Этот феномен, обозначившийся ещё столетием назад на рубеже XIX-XX веков, замыкается на ряд специфических для русской духовной практики трансформаций форм в систему художественных средств. Для понимания коммуникативных процессов в нашей стране актуальным становится, на наш взгляд, исследование их через эстетико-феноменологическое измерение, делающее акцент на исследование художественных форм сознания, в которых отражается социальная жизнь, на взаимосвязь познавательных установок и общественной реальности. Вообще эстетизация социального не является, разумеется, отличительной чертой именно российского общества, она может расцениваться как модус постиндустриальной цивилизации, покинутой идеалами [2]. Утрата объекта, превосходство воображаемого над реальностью – номинируются и в западной традиции – как «необъятное нагромождение спектаклей» [3]. Вместе с тем осмысление общественной жизни через призму художественного восприятия для нашей традиции имеет более глубокие истоки, восходящие к православному началу, связующему русский и античный космизм. Путь эстетизации не может быть унифицирован, будучи культурно детерминированным, он неповторим. «Эстетическая чувствительность» есть именно тот контекст, который позволяет схватить узловые моменты общественных процессов, Фундаментальная проблема социального знания – стратификация – получает здесь новый потенциал развития через рассмотрение расслоения общества в эстетико-онтологическом контексте. Социальная стратификация – как коммуникативное пространство, как сцена, как лицедейство, как театр – воплощает в себе общественное отношение между людьми, опосредованное образами, совокупность которых может, в свою очередь, обозначить желанный путь к восстановлению целостности. Как и его *alter ego* – путь разрушения, фрагментации – первоначально он осуществляется в сфере мысли. В этом плане стратификационный анализ обладает рекурсивной функцией: через его исследование возможно показать преодоление сословной иерархии как формирование новых социокультурных дистанций, навязанных индустриальным переворотом. В принципе коммуникация в любом её проявлении может быть понята как попытка возврата к прежней гармонии сословных отношений. Современное общество знания порождает всё новые типы дефрагментации – синтетического объединения разрозненных элементов коммуникативного пространства [4]. Информация, проявляющая себя как стихия, подлежащая преодолению, открывает здесь бесчисленное множество возможностей. Выбор, определяемый отечественным национальным самосознанием, всё чаще направлен к переосмыслению русской мысли начала XX века. Для современной социальной науки она парадоксально нова – поскольку была отвергнута, и уже в силу этого заключает в себе

значительный потенциал развития. Помимо этого, её формирование происходило именно в период унификации социального пространства, соответствующей промышленному перевороту. «Эстетическая чувствительность» русской мысли позволила посредством литературных и художественных образов дать новую онтологическую трактовку перехода от аграрного к индустриальному, подмены субстанции функцией.

Суть стратификации заключается в формировании новой социокультурной дистанции, которая деструктивна с этической точки зрения, но конструктивна с эстетической. Можно предположить, что данная бинарная оппозиция – нравственного и художественного – становится в настоящее время одним из ключевых моментов социального дискурса [5]. В некотором смысле это можно трактовать как достижение постиндустриальностью предельного напряжения той социальной границы, которая сформировалась на заре промышленной революции. На социально-онтологическом уровне осмысления стратификация есть переход от одной формы целостности к другой. Понятие «целостности» представляется здесь более уместным, нежели иногда употребляемое «единство», имеющее в русской традиции неизменно позитивное ценностное наполнение. Хаотичное начало стратификационного процесса, непредсказуемость последствий обусловлены высвобождением «живых сил присутствующего множества» [6], смешением индивидуальных сознаний – размыканием их границ в направлении коллективного [7]. Утрата аристотелевского «топоса» в социальном пространстве аллегорически может быть образно отражена через феномен карнавализации – как примерка маски, захватывающая постепенно все уровни общественной иерархии. Подобный шаг естественен там, где субстанция подменяется функцией – ролью. Их обмен – часть игровой реальности, по сути несерьёзной, но смелой, поэтому инициатива исходит от верхов, принц первым делает шаг к лохмотьям нищего. Игра королей в людей – возможно, самая весёлая из всех: здесь взаимодействующие начала как элементы противоречия чрезвычайно далеки друг от друга [8]. С точки зрения экзистенциальной гармонии подобный маскарад есть патология: «обуржуазивание» аристократии, демократизация элит рассматриваются как плачевные явления социальной действительности. Столь же неприглядно и «восстание масс», занявших первые ряды партера [9]. В эстетическом же плане стратификация может быть рассмотрена как преодоление ложного требования «разделения уже объединённого общим интересом собирательного сознания» [6].

Шекспировская аллегория социального мира как театра, порожденная осмыслением «the time is out of joint», ассоциирует традиционное общество с иллюзией единства театрального действия, когда публика окружена полумраком, а зритель целиком погружён в созерцание происходящего на сцене. Общество в подобном состоянии не становится предметом рефлексии, «социум – как воздух, он хорош, когда им дышат, а не рассуждают о нём» [10, с.55]. Преодоление данного состояния – разрушение барьеров между замкнутыми системами мышления и типами мировосприятий – есть стратификация, соответствующая описанной М. Бахтиным «карнализации» [11,12]. Утрата «факта и чувства рамп» – отмена традиционных сословных барьеров. Карнавальная профанация – десакрализация прежних ценностей и нравственных ориентиров. Синтезирующим основанием является глобальная топография «верха» и «низа», обусловленная пафосом времени. Как и карнавал, общество в процессе стратификации перестаёт быть циклично обратимым в своём развитии, его напряжённая тяга к будущему пряма – как стрела.

#### ***Библиографический список***

1. Белоглазова, Л.А. Игра как феномен бытия / Л.А. Белоглазова – дисс. на соискание ученой степени канд. филос. наук. Воронеж, 2007. – 138 с.
2. Лиотар, Ж.-Ф. *Anima minima* / Ж. Рансьер, Ж.-Ф. Лиотар. Эстетическое бессознательное. – СПб., М., 2004. С. 83.
3. Дебор, Г. Общество спектакля / Г. Дебор. – М.: ЛОГОС (Радек), 2000. – 184 с.
4. Ефеременко, Д.В. Концепция общества знания как теория социальных трансформаций: достижения и проблемы // Вопросы философии. 2010. №1. С. 49-61.

5. Чукин, С.Г. «Хорошее общество» и его противники: к проблеме концептуализации ценностей в социальной науке // Вопросы философии. 2009. №5. С. 36-46.
6. Иванов, В.И. Борозды и межи / В.И. Иванов. – М.: Аполлон, 1909. №1.
7. Манхейм, К. Идеология и утопия / К. Манхейм. Диагноз нашего времени. – М.
8. Барт, Р. Мифологии / Р. Барт. – М.: издательство им. Сабашниковых, 2004. – 320 с.
9. Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет. Избранные труды. – М.: Наука, 1997. С. 43-163.
10. Бляхер, Л.Е. Человек в зеркале социального хаоса / Л.Е. Бляхер. – Хабаровск: изд-во ХГТУ, 1997. – 138 с.
11. Бахтин, М.М. Проблемы поэтики Достоевского / М.М. Бахтин. Собр. соч. Т.1. – М.: изд-во «Русские словари», «Языки славянской культуры», 2003.
12. Бахтин, М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. Собр. соч. Т.1. – М.: изд-во «Русские словари», «Языки славянской культуры», 2003.

**С.П. Дырин**

## **ФЕНОМЕН ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

Поворот ученых к проблемам поведенческого подхода к управлению, сформировавшийся еще в 20-30-е гг. XX века в рамках школы человеческих отношений, ввел в научный оборот понятие «неформальные отношения». Неформальные отношения при этом понимаются как совокупность личных контактов, воздействий, взаимодействий и противодействий, возникающих между людьми в процессе совместной деятельности. Ключевое отличие формальной организации от неформальной состоит в том, что элементарной частицей формальной организации является отдельно взятое рабочее место, а элементарной частицей неформальной организации является отдельно взятая личность работника.

Как известно, в более поздней литературе взгляды сторонников школы человеческих отношений подверглись критике. По мнению оппонентов, сторонники школы человеческих отношений преувеличивали значение межличностных отношений. На наш взгляд, в данном случае вряд ли уместен термин «преувеличение» и любой другой термин, указывающий на количественный характер их ошибки. Дело в том, что сторонники этой школы чрезвычайно широко толковали сам термин «неформальная организация», трактуя ее как любое неформальное объединение людей. На наш взгляд, подобное чрезвычайно широкое толкование этого понятия неоправданно. Существует несколько форм социальных общностей, среди которых мы выделяем «клуб» и «неформальную организацию», и различия между этими двумя формами социальных общностей весьма существенны. С нашей точки зрения, клуб представляет собой неформальное объединение людей, действующее вне рамок формальных организаций. Неформальная же организация - это неформальное образование, существующее внутри формальной организации. Во всяком случае, именно в этом аспекте мы будем ее рассматривать в данной работе.

Нам представляется, что существующие в неформальных организациях межличностные отношения можно с определенной долей условности разделить на два класса:

- собственно межличностные отношения;
- организационно-межличностные отношения.

Собственно межличностные отношения построены исключительно на взаимной симпатии участников друг к другу. Коммуниканты в этих условиях не получают никакой практической пользы от подобных отношений. Отталкиваясь от классификации типов социального действия, предложенной М. Вебером, можно сказать, что чаще всего собственно межличностные отношения имеют ярко выраженный аффективный характер, однако иногда они могут иметь ценностно-рациональную либо традиционную природу.

Организационно-межличностные отношения между членами неформальной группы выстраиваются по поводу выгод, которые можно получить вследствие хороших межличностных отношений с теми или иными членами группы, а также вследствие самого факта

принадлежности к данной группе. Этот тип отношений, в отличие от собственно межличностных, имеет не столько аффективную, сколько целерациональную природу. Можно предположить, что чем выше уровень работника по иерархии, тем меньшее значение для него имеют собственно межличностные отношения и тем большее значение приобретают организационно-межличностные отношения. На наш взгляд, даже самые доверительные отношения работника с директором, главным бухгалтером, начальником отдела кадров и прочими никогда не бывают свободны от организационно-межличностного контекста. Это не означает, естественно, что организационно-межличностные отношения являются непременно неискренними с аффективной точки зрения. Члены группы могут испытывать при этом искреннюю симпатию друг к другу, однако целерациональный компонент в организационно-межличностных отношениях присутствует непременно и является ведущим мотивом их установления и поддержания. Можно уверенно утверждать, что организационно-межличностные отношения не освобождают окончательно участников этих отношений от объективно заданных им условий формальной иерархии и формального разделения труда. Организационно-межличностные отношения представляют собой некий промежуточный вариант между формальными и неформальными отношениями.

Таким образом, неформальные межличностные отношения, существующие в рамках формальной организации, обладают рядом отличий от неформальных отношений в рамках социальной общности, называемой нами «клуб» - добровольного свободного объединения людей. Прежде всего, эти отличия касаются того, что в клубе, как правило, присутствуют лишь собственно межличностные отношения, всецело свободные от формальной иерархии и формального разделения труда, а отношения организационно-межличностные играют в нем небольшое значение. Межличностные же отношения, существующие в рамках формальной организации, не могут быть свободны от формального контекста. В этой связи феномен организационно-межличностных отношений представляется нам весьма актуальным и перспективным предметом исследования современной организационной психологии.

*Л.А. Травина, Б.В. Булюбаиш*

## **ОБРАЗ БОЛЬШОГО АДРОННОГО КОЛЛАЙДЕРА В СМИ**

Большой Адронный Коллайдер ( БАК ) – самый дорогой научный проект последнего десятилетия стал необычайно популярной темой для обсуждения в средствах массовой информации во всем мире. При этом, в зависимости от целевой аудитории конкретного издания, тематика соответствующих материалов и «глубина» обсуждения была различной. В этом смысле тема «БАК и СМИ» представляется идеальным сюжетом для анализа различий в образе науки у журналистов разных изданий.

Проанализированные нами издания мы разделили – в соответствии с их целевой аудиторией - на три группы. В первую группу ( «интеллектуальные издания») мы включили британский научно-популярный журнал New Scientist и российский сетевой «Русский журнал» ( [www.russ.ru](http://www.russ.ru) ). Во вторую группу (издания, ориентированные на высокообразованную аудиторию) вошли британские издания Guardian и National Geographic и российские издания «Ведомости» и «Коммерсант». В третью группу – массовые СМИ – были включены «Комсомольская правда», «Известия», «Аргументы и факты». Мы также использовали публикации на сайте «Радио Свобода» и в сетевом издании «Телеграф «Вокруг Света»» - поскольку «идеологически» опубликованные там статьи не коррелируют ни с одной из трех упомянутых выше групп СМИ. При этом данные публикации представляются нам чрезвычайно важными. Отметим, что из всех упомянутых выше изданий только журнал New Scientist и «Телеграф Вокруг Света» - являются научно-популярными... во всех остальных тема БАКа обсуждается исключительно в контексте социального измерения научного знания.

Напомним, что Большой адронный коллайдер представляет собой ускоритель элементарных частиц большой массы, прежде всего протонов. Основным предметом

исследования на коллайдере будут физические процессы, сопровождающие столкновение протонов большой энергии. Последнее обстоятельство и стало причиной широкого обсуждения в СМИ возможных апокалиптических последствий запуска коллайдера.

Интерес к этой теме знаменитый российский фантаст Борис Стругацкий прокомментировал так: “ Давным-давно, еще в прошлом веке, мы перестали ждать от науки благотворных чудес – панацею, эликсир молодости, радикальное средство от облысения. Теперь в наших ожиданиях преобладают чудеса жестокие: бомба, рукотворная чума, черные дыры, в которые мы все провалимся” ([www.scientific.ru/trv](http://www.scientific.ru/trv)).

При этом самый главный аргумент против катастрофического сценария развития событий предоставлен самой природой. Действительно, те значения энергии, которые планируется достичь на БАКе, характерны для некоторых столкновений частиц космических лучей с атомами земной атмосферы. За все время существования планеты Земля таких столкновений было в сто тысяч раз больше, чем число столкновений за весь планируемый период работы БАКа. Если бы катастрофический сценарий реализовался, то современной цивилизации не существовало бы.

В качестве примера анализа публикаций на тему БАКа рассмотрим две статьи - Валери Джеймисон (Valerie Jamieson) «Панические истории о БАКе оказались полезными для науки» в журнале New Scientist ([www.newscientist.com](http://www.newscientist.com), 24 September 2008) и Алексея Турчина «Долбанет или нет?» в «Русском журнале» ([www.russ.ru](http://www.russ.ru), 9 сентября 2008). Можно отметить прежде всего явное внимание британского автора к социальной стороне вопроса: панические настроения в обществе, недостаточная публичность ученых. Российский автор ориентирован на обсуждение проблемы с точки зрения общей концепции безопасности больших технологических систем. В целом же жанр статей вполне позволяет представить обсуждение социальных аспектов статуса науки в современном обществе российским автором и обсуждение темы рисков автором британским. Можно сделать вывод, что на уровне изданий «интеллектуального» сегмента высокого ранга отсутствуют принципиальных межкультурные различия в оценке ситуации с БАКом.

В целом же результаты выполненного нами анализа публикаций в СМИ по теме БАКа отражен в следующей таблице.

При этом российские издания настроены агрессивнее в отношении коллайдера, нежели английские. Вторые приводят большее количество аргументов и ссылок на мнения ученых, в то время как первые зачастую излагают только позицию автора статьи.

На наш взгляд, запуск коллайдера в скором времени будет признан одним из величайших событий не только современности, но и науки, нужно лишь время, ведь согласно высказыванию Альберта Эйнштейна «Процесс научных открытий - это, в сущности, непрерывное бегство от чудес».

**Таблица 1**

Признак сравнения	I группа	II группа	III группа
Характер изданий	Научно-популярные, ориентированные на узкий круг читателей	Популярные, ориентированные на более широкий круг читателей	Массово-популярные, ориентированные на широкую аудиторию
Название статей	- формулировки не содержат так называемых «страшилок» или угроз - четко отражают содержание статьи - заголовок привлекает интерес	- не содержат экспрессивной лексики - порой носят философский характер (Ведомости) - четко отражают содержание статьи - яркие заголовки	- не исключена экспрессивная лексика - в формулировках могут содержаться пугающе-угрожающие выражения, типа «конец света», «ящик Пандоры» - не всегда четко отражают содержание



			статьи - яркие заголовки
Содержа- ние статей	- приведены аргументы как за, так и против - экспрессивно- эмоциональная лексика сведена до минимума - попытка опровергнуть слухи и привести настоящие сведения	- приведены аргументы как за, так и против - наличие экспрессивной лексики - попытка опровергнуть слухи	- в основном приводятся аргументы против коллайдера - наличие экспрессивной лексики - в основном теория возникновения черных дыр воспринимается как единственно возможная
Аргументы	- ссылка на ученых - приведены убедительные аргументы, достоверные сведения	- ссылка на ученых - убедительные аргументы, достоверные сведения	- ссылка на ученых, высказывания которых порой приводятся в пользу теории конца света (Отто Реслер)

*О.С. Полубарьева, Т.Л. Михайлова*

### **КОЭВОЛЮЦИЯ КАК ИМПЕРАТИВ, или О «ТВОРЧЕСКОМ ПОДХОДЕ» К ТВОРЧЕСТВУ**

Кардинальной проблемой формирующегося постиндустриального информационного «общества риска» становится существенное увеличение удельного веса искусственных самоорганизующихся регуляторов в единой целостной системе «общество – техносфера – природа». Поэтому концентрация фундаментальных проблем управления, связанных с ресурсосберегающими технологиями, новой организацией социально-экономических процессов, экологической и ядерной безопасностью открытого общества – становится едва ли не самой актуальной методологической проблемой. Отличие сложноорганизованных типов объектов и процессов, представляющих саморазвивающиеся макросистемы, актуализирует новое понимание творчества. Может ли экспансионистский захват природы, в основе которого лежит господство как потребительский производ, быть той системой отсчета, в которой определяется, что есть «новое», «инновационное», требующее немедленного воплощения в жизнь?

Часто ли мы задумываемся о сущности творчества? Если и задумываемся, то зачастую оно у нас ассоциируется с искусством, вдохновением, тайной, а именно с картинами, стихами, поэмами, музыкой и т.д. Творчество правомерно определяют «как изобретение, проектирование, организацию, конструирование и некоторые другие аналогичные формы активности мышления» [1, с. 180]. Тогда оно есть деятельность по созданию нового. Современное творчество состоит из трех основных форм: художественное, научное, техническое. На первый план уверенно выходит техническая форма. Если научное творчество может перейти в техническое или технологическое, то художественное – сопротивляется этому. Это понятно, ведь у них разный тип духовности. Благодаря научно-технической революции XX века понимание творчества изменилось в направлении «алгебраизации». В это же время появилось «модернистское искусство, которое не противостоит технике, но является ее порождением и приложением. Таким образом, «не искусство, а искусственное – продукт современного творчества» [1, с.181]. Принято считать, что все новое есть творчество. Но не всякое новое обязательно полезное. Наблюдается стремительная экспансия искусственного. «Дьявол тоже творит! За сциентизмом и технократизмом стоит креативизм» [1, с.182]. Дьявольская направленность творчества заключается в том, что процесс самовыражения творца есть игра. Она аморальна. Ведь игра не считается с законами развития общества – она сама по себе! Вследствие этого наша цивилизация рискует превратиться в робототехническую, что может привести к разрушению

нашей Вселенной. Но ограничить свободу творчества, становящуюся «дьявольской», мы также не сможем, она является основным его условием.

Тогда, может быть, необходимо создать «науку для науки» или «экологически чистую науку». Иначе говоря, не все новое может быть и должно быть воплощено в жизнь. Необходимо ограничить не только науку и технику, но и свободное творчество общества, поставив социально-гуманитарные фильтры. Естественно, возрастает роль экспертов, ответственных за эту своеобразную фильтрацию. Но кроме этого актуализируется значение ответственности личности, способной к осознанию особенностей нового этапа.

Таким образом, осуществив рефлексию относительно привычного понятия «творчество», необходимо отметить неотвратимость осознания первостепенной важности коэволюционных стратегий. Проявлением одной из таких стратегий является разработка новой концепции технологического развития человечества, опирающейся на научную парадигму. В частности, учеными предлагается концепция *экобионики* «как принципиально новой концепции техники, которая рассматривает феномен техники как часть развивающейся биосферы. В связи с этим технологическое развитие человечества трактуется как необходимое условие перехода современных биосоциальных и социотехнических структур в ноосферные структуры» [2,с.449]. Так или иначе, но различные направления экобионической концепции, требующие исследования социальных и психологических техногенных аспектов взаимодействия человека и информационных систем, имеют свои глубинные корни в современной философской мысли (герменевтика, философия науки и техник и, эволюционная эпистемология, философская теория систем). Все это так. Обсуждение – дело ученых, но уже сегодня не менее важно формировать общественное сознание не только в направлении признания важности коэволюционных стратегий, но и отработке навыков по претворению этих стратегий в жизнь. Речь идет, прежде всего, о понимании того факта, что коэволюция касается самого человека как биосоциодуховного существа, имеющего двойственную природу. В силу этого факта коэволюция должна быть понятна человеку, вытекая из его собственной природы.

Направление, связанное с изучением «природы человека», – это не только сугубо теоретическое направление, но и направление, занимающее одну из первых позиций среди направлений биополитики. Арсенал биополитики настолько разнообразен, что мы не ставим своей задачей охватить его наша задача скромнее: показать, что ее вопросы касаются каждого, поэтому их изучение – это понимание неотвратимости коэволюции как императива, имеющего нравственную природу. В частности, «рассмотрение человека с эволюционной точки зрения помогает нам преодолеть Харибду национализма и Сциллу недооценки собственной нации, поскольку эволюционная биология придает особое значение принципу «единства в многообразии» в отношении как живой природы в целом, так и человеческого общества» [3,с.386-387]. Изучение современных наук о живом, в частности, биологии, экологии, этологии – совершенно необходимо в условиях востребованности прикладного массива знаний, ибо именно они – незаменимая основа при разработке конкретных проектов социальных технологий.

В учебнике по биополитике отмечается: «Прогресс цивилизации постепенно снижает ценность специфических мужских преимуществ (например, физической силы) и повышает ценность женских качеств. Даже современная война перестает быть прерогативой «сильного пола»: с современным сложным интеллектуальным оружием легче справляются женщины благодаря выносливости, хладнокровию и вербальным способностям» [3,с.285]. И далее – «более развитые вербальные и логические способности женщин позволяют рассматривать XXI век как век женской политики. В современных условиях традиционные мужские качества (агрессивность, способность к самоутверждению) играют меньшую роль в политической деятельности, чем вербальные способности, позволяющие прекрасному полу легче овладевать иностранными языками, быстрее и полнее понимать представителей других наций и культур. Именно такие качества важны для политических лидеров начинающегося столетия, когда необходимо обеспечить гармоническую коэволюцию разных частей человечества вопреки разделяющим барьерам» [3,с.286]. Допустим, XXI век – век женской политики. Тогда, быть может, Человек Творческий и Человек Гуманный соединятся в единое целое, и творчество не

будет разрушительным. Наконец-то «дьявольский компонент» творческого процесса, связанный с человеческими амбициями, потребностью экспансионистского захвата природы, диктата власти будет преодолён?

#### ***Библиографический список:***

1. Кутырев, В.А. Естественное и искусственное: борьба миров/ В.А. Кутырев. – Издательство «Нижегородский университет», 1994. – 199 с.
2. Каганов, Ю.Т. Коэволюция биосферы и техносферы: проблемы и решения/ Ю.Т.Каганов//Синергетическая парадигма. Нелинейное мышление в науке и искусстве. – М.: Прогресс-Традиция, 2002. С.447-460.
3. Олескин, А.В. Биополитика. Политический потенциал современной биологии: философские, политологические и практические аспекты / А.В. Олескин. – М., 2001.

***К.В. Волков***

### **ВЛИЯНИЕ ПРИРОДЫ НА ОБЩЕСТВО**

Человечество, несмотря на всю свою сегодняшнюю мощь и независимость, является составной частью и продолжением эволюции природы. С нею общество неразрывно связано и не в состоянии существовать и развиваться вне природы, прежде всего, — без окружающей человека среды.

Влияние природной среды на жизнь общества особенно ярко выражено в сфере производства. Все материальное производство, позволившее человеку выделиться из природы, базируется в своей основе на природной составляющей.

Вопросы взаимодействия человека и природы невозможно анализировать без раскрытия таких понятий, как «географическая среда», «окружающая среда», «биосфера» и «ноосфера», а также их соотношения.

Географическая среда — растительный и животный мир, вода, почва, атмосфера Земли — есть та часть природы, которая вовлечена в сферу жизни общества, прежде всего в производственный процесс. Она оказывает существенное влияние на самые различные стороны жизни общества и прежде всего на развитие материального производства. Влияние конкретной географической среды на историческое развитие того или иного народа неоспоримо.

Именно разнообразие природных условий в известных границах является наиболее благоприятным фактором общественного развития. Важное значение в жизни человеческого общества играет окружающая среда.

Положительные для человека моменты освоения и преобразования естественных природных источников и богатств, составных частей естественной среды обитания, неоспоримы. Это, прежде всего, рост материальных и духовных ценностей общества, более высокий уровень жизни. И все это было взято человеком у природы — непосредственно или в преобразованном виде. В этом также отчетливо проявляется значение природы в жизни человека как основы его жизнедеятельности. С развитием общества роль и значение для человека искусственной среды обитания непрерывно возрастают. Однако динамика роста объемов искусственной среды обитания, ее влияния на окружающую природу не могут не беспокоить сегодня.

Во взаимоотношениях природы и общества неизбежны противоречия. История совместного существования человека и природы представляет собой единство двух тенденций. Во-первых, с развитием общества, и особенно его производительных сил, постоянно и стремительно расширяется господство человека над природой. Сегодня это проявляется уже в планетарном масштабе. Во-вторых, одновременно постоянно растет уровень противоречий, дисгармония отношений между человеком и природой.

Природа — это естественная основа жизнедеятельности человека и общества в целом. Вне природы человек не существует и существовать не может. Игнорирование человеком

целостного, диалектического характера природы часто приводит к отрицательным последствиям как для природы, так в конечном счете и для общества. Особенно отрицательными как для природы, так и для общества становится бесцеремонное вмешательство человека в окружающую среду в наши дни, ибо последствия этого вмешательства из-за высокого уровня развития производительных сил весьма существенны, а зачастую просто непредсказуемы.

Сейчас на первое место выдвигаются угрожающие загрязнения окружающей среды, нарушение природных биоценозов, вырубка лесов, почвенная эрозия, исчезновение редких видов животных и растений. Оказывается, существует серьезная взаимосвязь проблем здоровья с условиями, в каких живет человек. В настоящее время значительная часть проблем здоровья человека связаны с ухудшением экологии в нашей среде обитания: приспособляясь к неблагоприятным условиям в экологии, организм человека испытывает массу скрытых проблем.

В связи с этим человечество вынуждено взять на себя ответственность за сохранение естественной среды обитания в жизнепригодном состоянии. Возникла острая потребность в обеспечении здоровой жизненной среды для нынешнего и будущего поколений силами самого человека.

*Е.А. Гуцина, И.С. Захарова*

## **ЧЕЛОВЕК МЕЖДУ ПРИРОДОЙ И ПРОГРЕССОМ**

Мы отвыкли задумываться о своей принадлежности к природе. Мы изменяем природу, превращая ее в серые стены высоток, заводов, атомных электростанций, атомных реакторов, ядерных центров. Зеленый цвет мы поменяли на серый, все краски природы стерлись в серой гамме городов, мегаполисов, цивилизации.

Человечество - часть природы, однако оно забывает о своей связи с природой, переделывает ее, создавая искусственный мир, состоящий из карьеры, финансов, целей... на протяжении всего времени существования цивилизации. Человек пытается создать более совершенное, чем природа, зачастую принося вред миру, уничтожая природу и самого себя... Создав свой мир, человек забывает, что обязан своим существованием природе, используя ее лишь как средство для реализации себя в своем мире, мире людей. Однако нельзя утверждать, что цивилизация это совершенно плохо (разрушительно), это наш мир, он другой, мы рождены в цивилизации, она нам необходима как воздух, это важная часть нашей жизни. Цивилизация - не только система обустройства Земли и научно-технический прогресс, но и культура, этносы, нации, общность языка, уклада жизни, традиций, исторического опыта, верований - то что человек создал сам в мире природы. Таким образом, можно сделать вывод, что будущему нашей планеты угрожает не духовно ориентированная «культура», а материально ориентированная «цивилизация». Это ощущение опасности и второстепенности цивилизации, связанной с научно-технической эйфорией и отсутствием должного внимания к духовному единению людей и их единству с природой.

На сегодняшний день самой большой и опасной проблемой является истощение и разрушение природной среды, нарушение внутри нее экологического равновесия в результате растущей и плохо контролируемой деятельности людей. Исключительный вред приносят производственные и транспортные катастрофы, которые ведут к массовой гибели живых организмов, заражению и загрязнению мирового океана, атмосферы, почвы. Но еще большее негативное воздействие оказывают непрерывные выбросы вредных веществ в окружающую среду. Все это угрожает новыми природными катаклизмами, которые не могут не отразиться на благосостоянии человечества ухудшением качества воды, образованием «мертвых зон» вдоль морского и океанского побережья, сокращением запасов промысловой рыбы, нарастанием неустойчивостью климата. Ученые подчеркивают, что подобные процессы могут значительно усилиться за ближайшие 50 лет.

Начавшееся во второй половине XX века резкое потепление климата является достоверным фактом. Мы его чувствуем по более мягким, чем раньше, зимах. Средняя

температура приземного слоя воздуха по сравнению с 1956–1957 гг., когда проводился Первый международный геофизический год, возросла на 0,7 С. На экваторе потепления нет, но чем ближе к полюсам, тем оно заметнее. За Полярным кругом оно достигает 2 С. На Северном полюсе подледная вода потеплела на 1 С и ледяной покров начал подтаивать снизу.

В чем причина этого явления? Одни ученые считают, что это – результат сжигания огромной массы органического топлива и выделение в атмосферу больших количеств углекислого газа, который является парниковым, то есть затрудняет отдачу тепла от поверхности Земли. Как в парнике стеклянная крыша и стены пропускают солнечную радиацию, но не дают уходить теплу, так и углекислый газ и другие «парниковые газы» практически прозрачны для солнечных лучей, но задерживают длинноволновое тепловое излучение Земли, не дают ему уходить в космос. Другие ученые, ссылаясь на изменение климата в историческое время, связывают это явление с усилением солнечной активности.

В связи с потеплением климата возникает ряд сопутствующих вопросов. Каковы перспективы его дальнейшего развития? Как потепление повлияет на увеличение испарения с поверхности Мирового океана и как это отразится на количестве осадков? Можно ли дать на все эти вопросы точный ответ?

Нашу цивилизацию уже называют «цивилизацией отходов» или эрой одноразовых вещей. Расточительность индустриальных стран проявляется в огромном и растущем количестве сырьевых отходов; горы мусора – характерная черта всех промышленных стран мира. Мусороперерабатывающие заводы не являются радикальным решением проблемы отходов – в атмосферу выбрасываются окислы серы и азота, окись углерода, а в золе содержатся токсичные вещества.

При процессах сгорания топлива наиболее интенсивное загрязнение озонового (приземного) слоя атмосферы происходит в мегаполисах и крупных городах, промышленных центрах ввиду широкого распространения в них автотранспортных средств, ТЭЦ, котельных и других энергетических установок, работающих на угле, мазуте, дизельном топливе, природном газе и бензине. Мощным и чрезвычайно опасным фактором загрязнения атмосферы являются катастрофы на АЭС (Чернобыльская авария) и испытания ядерного оружия в атмосфере.

Источники радиоактивного загрязнения в основном техногенного происхождения. Это экспериментальные взрывы атомных, водородных и нейтронных бомб, различные производства, связанные с изготовлением термоядерного оружия, атомные реакторы и электростанции; предприятия, где используются радиоактивные вещества; станции по дезактивации радиоактивных отходов; хранилища отходов атомных предприятий и установок; аварии или утечки на предприятиях, где производится и используется ядерное топливо. Естественные источники радиоактивного загрязнения в основном связаны с выходом на поверхность урановых руд и горных пород, имеющих повышенную природную радиоактивность (граниты, гранодиориты, пегматиты). Большую опасность для людей, растений и животных представляют испытания ядерного оружия, аварии и утечки на предприятиях, где используется ядерное топливо.

В настоящее время радиоактивное загрязнение атмосферного воздуха над территорией России определяется глобальным повышенным радиационным фоном, который был создан в результате проводившихся ранее ядерных испытаний, радиоактивным загрязнением после катастрофических аварий, случившихся в 1957 г. на военном производственном объединении (ПО) «Маяк» и в 1986 г. на Чернобыльской АЭС.

Сегодня в России десять действующих АЭС, в проекте еще 7 станций. Конечно, при строительстве АЭС решаются многие вопросы, такие как получение дешевой электроэнергии, решается проблема нехватки энергии в отдалённых прибрежных районах страны, появляются рабочие места, доход от продажи электроэнергии в Европу. Современные реакторы безопасны, но всегда остается открытым вопрос утилизации, облучённое топливо опасно: требует сложных, дорогих, длительных мер переработки и хранения; опасен режим работы с переменной мощностью для реакторов, работающих на тепловых нейтронах; крупные аварии на современных АЭС весьма маловероятны, однако последствия такого инцидента крайне тяжёлы,

также остается открытым вопрос выбора площадки для станции и согласование с жителями данного населенного пункта.

Общественное мнение очень важно и должно учитываться при строительстве. Например, АЭС в г. Навашине собираются строить по опросу четверти жителей, а горожан г.Мурома даже и не спрашивали о их мнении, хотя определенная площадка находится ближе на 30 км к ним. В Муроме собрано более 50 тыс. подписей против. Нужны подтверждения безопасности современных АЭС не только от ученых и политиков, а, например, тех людей которые живут в городах, где есть АЭС.

Охрана природы - задача нашего века, проблема, ставшая социальной. Снова и снова мы слышим об опасности, грозящей окружающей среде, но до сих пор многие из нас считают их неприятным, но неизбежным порождением цивилизации и полагают, что мы еще успеем справиться со всеми выявившимися затруднениями. Пора задуматься, и изменить наше потребительское отношение к природе.

На современном этапе развития человечества столкнулось, быть может, с наиболее горячей проблемой – как сохранить природу, поскольку никто не знает, когда и в каком виде может произойти экологическая катастрофа. Гибельно это не только для природы, но и для человека и его культуры, которая во все времена придавала гармонию отношениям человека с природой. Чтобы в корне улучшить положение, понадобятся целенаправленные и продуманные действия. Ответственная и действенная политика по отношению к окружающей среде будет возможна лишь в том случае, если мы накопим надёжные данные о современном состоянии среды, обоснованные знания о взаимодействии важных экологических факторов, если разработает новые методы уменьшения и предотвращения вреда, наносимого природе человеком.

Человек не может существовать без природы не только физически, что само собой разумеется, но и духовно. Смысл современности экологической этики заключается в том, чтобы поставить над ценностью природопреобразовательной деятельности высшие нравственные ценности человека.

*А. Лукьянова, Н. Грибинюк*

## **УНИСЕКС КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ**

Ни для кого не секрет, что сегодня формируется единая мировая цивилизация, главную роль в которой играет глобализация, а это явление очень противоречивое. С одной стороны, глобализация — процесс всемирной интеграции и унификации, в результате которой появляется мировое разделение труда, стандартизация законодательства и иных процессов, а также сближение культур разных стран. Но, с другой стороны, глобализация превращает планету в мировую деревню (Маклуэн), когда миллионы людей благодаря СМИ практически мгновенно становятся свидетелями мировых событий; когда все население Земли одновременно начинает обожать «кока-колу», джинсы, «мыльные оперы»; из-за чего происходит "размывание" местных культурных традиций, их замена массовой потребительской культурой западного типа.

При этом «размывание» начинается, как правило, с самых важных и чувствительных аспектов общественной жизни, одним из которых и является мода.

Пожалуй, сложно представить себе что-либо более переменчивое в нашей жизни, чем мода. Мода — это именно то явление культуры, которое как губка впитывает в себя все изменения состояния мирового сообщества в целом и каждой страны в частности. Именно она позволяет нам судить о нравах и предрассудках наших предков. С ее помощью мы стараемся, как нам кажется порою, выделиться, а в итоге, слиться с безликой толпой.

«Ребенком» глобализации стал новый виток в истории моды - стиль унисекс. Своим появлением он обязан панк-культуре, которая в 60-70 годы впервые внесла хаос в одежду, начала постепенное стирание границ между маскулинностью и феминностью. Женщинами было окончательно отвоевано право носить штаны. В 70-е годы принимают эстафету Твигги — девочки-тростинки с узкими бедрами и практически полным отсутствием женственных форм. Наибольший же расцвет унисекс-стиля приходится на 90-е годы, когда в моду входят

бесформенные футболки и кроссовки. Пионером здесь можно смело назвать Кельвина Кляйна, который впервые выпустил одежду, рассчитанную на стройных тинейджеров без половых различий. В довольно короткие сроки эта половая универсальность настолько плотно укореняется в сознании масс, что дело не ограничивается только одеждой – в ход идет столь тонкий инструмент как парфюмерия. Все тот же Кельвин Кляйн создает аромат «Опе», в котором отсутствует основная тема и абсолютно смещены акценты женственных и мужественных ноток.

Так унифицированный стиль начинает свое победное шествие и переносится в век XXI. Его с восторгом поддерживает молодежь самых разных культурных течений – самый восприимчивый слой общества в любом государстве, в том числе и в России.

Все это происходит, несмотря на то, что существует мнение, о невозможности развития унисекса в нашей стране по следующим причинам: Во-первых, РФ уже находилась в состоянии так называемого «советского унисекса» целую эпоху, когда после революции женщину стали называть «товарищем», посадили на трактор, дали в руки гаечный ключ и из года в год в сознание внедряли мысль, что женщина во всём равносильна мужчине.

Во-вторых, Россия по менталитету очень чувственная страна, в ней всегда будет ярко выраженное соотношение полов, и унисексу просто не будет места. В него лишь немного поиграют подростки, восхищенные мощной рекламой.

Вообще об «унисексе» написано много, однако, так до сих пор и не выяснено, что же это - обычный стиль в одежде, присущий современным «городским джунглям» или нечто гораздо большее, а именно - внешнее, материальное выражение некоего мировоззрения, некой очень даже неплохой философии. Ведь в современном обществе, с его стремлением к демократизации всех процессов, у каждого есть право выбора. Например, если женщина предпочитает вещи мужского кроя и стрижку «гарсон», а мужчина пользуется сладким парфюмом, то не обязательно, что они не имеют вкуса. Просто именно в таком стиле они чувствуют себя комфортно и уверенно и это вполне естественно.

Поэтому сегодня, как никогда, перед нами стоит вопрос: унисекс – это всеобщая стандартизация, усиливающая и без того опасную смену гендерных ролей в современном обществе или же лучший способ самореализации, когда человек заявляет о себе не вычурной одеждой, а лишь посредством внутреннего содержания, когда женщина готова брать на себя ответственность в полной мере и достигать вершин карьерной лестницы, а мужчина не гнушается женской работы и не стесняется проявления слабостей и чувств.

С другой стороны, может быть, данное явление имеет чисто экономический подтекст: вместо выпуска на двух станках майки для девочек и майки для мальчиков гораздо легче делать усредненный вариант той же майки для тех и других. Для производителей это максимально выгодно. Именно с этой целью они и организуют масштабные рекламные кампании унисекса, а миллионы люди верят им.

*А.В. Зинина*

## **КСЕНОФОБИЯ КАК СОЦИАЛЬНО ОПАСНЫЙ ФЕНОМЕН**

Ксенофобия – это важный психологический мотив конфликтов и войн, а также удобное орудие манипуляции, которым успешно пользуются националистические движения. Чаще всего выражается в стремлении к полной или частичной изоляции, в предрассудках, дискриминации, насилии.

Современное общество постепенно приходит к пониманию того, что все человеческие расы, народы и племена состоят из существ одного вида. Объекты ксенофобии меняются от эпохи к эпохе, от страны к стране, но ее психологический механизм – альтернатива «мы – они» – остается универсальным и продолжает работать по доисторическим примитивным схемам.

Именно осознание ксенофобии как социально опасного феномена определило ее одной из наиболее актуальных проблем современности. Международные общественные организации пытаются привлечь внимание ученых и мировой общественности к проблеме роста

ксенофобских установок. Одним из последних документов международного уровня, прямо затрагивающих эту тему, является Декларация о ликвидации всех форм расовой дискриминации, принятая в 2001 г. в Дурбане (Южная Африка) на Всемирной конференции по борьбе против расизма, расовой дискриминации, ксенофобии и связанной с ними нетерпимости. В этом документе ксенофобия рассматривается в ее различных проявлениях как один из основных источников современного расизма и одна из форм дискриминации. Среди документов, касающихся борьбы с ксенофобией и ее последствий, можно отметить следующие: Декларация Организации Объединенных Наций о ликвидации всех форм расовой дискриминации (1963), Декларация о расе и расовых предрассудках (1978), Декларация о распространении среди молодежи идеалов мира, взаимного уважения и взаимопонимания между народами (1987).

Ксенофобия не только «стирает» межличностные отношения, но и негативно влияет на личность. Чувство страха, лежащее в основе ксенофобии имеет тенденцию к генерализации – распространению на представителей других групп. Фобия – это скрытый, неосознанный страх. Ксенофобия относится к числу социальных фобий, для которых характерен страх при взаимодействии с другими людьми и он всегда больше, чем существующая реальная опасность. Итак, ксенофобия – нетерпимость к кому-либо или чему-либо чуждому, его восприятие как непонятного, а поэтому опасного и враждебного.

Какова доля людей, предрасположенных к ксенофобии? Для ответа на этот вопрос следует обратиться к сфере межэтнических отношений. Именно здесь ксенофобия обретает наиболее законченное и нередко драматическое выражение.

В середине 1990-х гг. в различных регионах Российской Федерации был проведен ряд исследований этнической идентичности, включающих изучение ксенофобических установок в межэтнических отношениях у представителей различных национальностей. Число людей, положительно настроенных на межэтническое взаимодействие в разных этнических группах, практически не опускалось ниже 70%, а в группе русских превышало 80%. Но значительная часть этих людей была настроена амбивалентно, то есть одновременно с позитивными установками они продемонстрировали также и негативные. Оставшаяся часть респондентов – 20-30% от всей выборки – составляли группу так называемых «пассивных националов-этнофобов» – лиц, демонстрирующих высокую подверженность ксенофобской идеологии, которые в условиях конфликтной социальной ситуации скорее всего поддержат «активных этнофобов». Негативного влияния таких групп людей на отношения в обществе уже нельзя недооценивать.

Анализ инцидентов, связанных с ксенофобией, и исследования этого феномена показали, что он избирателен и конкретен. Поэтому ксенофобия – это страх и неприязнь по отношению к определенным группам людей. Объекты ксенофобии зависят от исторического времени и культурного пространства. Например, в Южно-Африканской Республике, где свыше 70% населения африканцы, ксенофобия главным образом «черного цвета». Поэтому важно учитывать взаимосвязь психологических механизмов ксенофобии и конкретность ее объектов, то есть место этих механизмов в социально-историческом контексте.

Несовершенство российского общества продолжает стимулировать существование ксенофобий. Согласно результатам проведенного мониторинга выяснилось, что современный россиянин видит своим «врагом», в первую очередь, «стигматизированных чужих»: больные, обездоленные, уязвимые группы населения. Лидируют в этом списке наркоманы, бомжи, гомосексуалисты, проститутки, больные СПИДом, психически неполноценные. Исследования показывают, что на выбор объектов ксенофобии оказывают большое влияние пол, возраст, уровень образования людей, а также различные социальные ситуации и уровень напряженности в обществе. Например, при захвате заложников на мюзикле «Норд-Ост» в октябре 2002 г. среди чуждых групп на первое место вышли этнические и религиозные группы. В относительно спокойной социальной ситуации главным объектом ксенофобии становятся стигматизированные группы. Так, в России начала XXI века такими группами являлись «кавказцы», гомосексуалисты, наркоманы и больные СПИДом.



В России ежегодно совершается несколько сотен нападений и примерно два десятка убийств на почве этнической ненависти (2004 г., когда за иной разрез глаз или цвет кожи было убито около 40 человек). Последние полтора десятилетия Россия переживает модернизацию общественного строя. В результате незавершенности или непродуманности ряда реформ многие жители России потеряли свое прежнее устойчивое социальное положение.

Второй значительной причиной роста ксенофобских настроений является начавшаяся в первой половине 1990-х массовая миграция из Средней Азии и Закавказья, а также из республик Северного Кавказа, не испытывавших до того подобного миграционного воздействия. Из-за различия менталитетов «коренных» и приезжих и вызванного этим взаимонепонимания миграция часто воспринимается как «нашествие», несущее исключительно отрицательные последствия.

Кроме того, раздуванию ксенофобии способствовала деятельность некоторых политических сил, оппозиционных президентам Борису Ельцину и Владимиру Путину. Для увеличения численности своих сторонников они активно эксплуатировали тему национального унижения России, используя высказывания предшественников из стран Западной Европы, США и арабского мира.

Значительную роль в раздувании ксенофобии сыграли российские СМИ. При этом в погоне за сенсацией журналисты достаточно часто использовали непроверенную или недостоверную информацию о тех или иных этносах или конфессиях, которая воспринималась населением, привыкшим верить СМИ, как истина.

Последние несколько лет ксенофобия в России держится на стабильно высоком уровне - 55-60% опрошенных социологами российских граждан поддерживают ксенофобские призывы. Получается, что 2/3 граждан в разной степени разделяют ксенофобские лозунги, но этот уровень сохранялся практически неизменным даже после серии терактов, увенчавшихся захватом школы в Беслане и говорит о том, что резервы для роста ксенофобских настроений к настоящему моменту исчерпаны.

Ксенофобия нередко превращается в социально опасный психологический феномен, когда различия между людьми сами по себе начинают восприниматься как проблема, когда этих различий боятся – тогда «чужие» из «других» превращаются в «чуждых», вызывают страх и воспринимаются как угроза нашему привычному образу жизни. Страх порождает неприязнь, которая может перейти в ненависть и враждебность. И тогда психологический механизм «мы – они» активизируется в полной мере и определяет формирование негативных стереотипов и предрассудков, отталкивающих образов врага, разных форм дискриминации.

*М.А. Вагузова, А.И. Созонова, Е.А. Хебнева*

### **МОЛОДЕЖНЫЙ НАЦИОНАЛИЗМ В РОССИИ ГЛАЗАМИ ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ**

Наша статья рассмотрена с точки зрения иностранных СМИ. Поэтому в изложенном материале наблюдаются расхождения с российскими представлениями об этой проблеме.

У современного русского национализма есть три группы корней - досоветские, советские и постсоветские. Вопреки мнениям, распространенным на Западе, русский национализм являлся важным элементом советской идеологии, начиная с 1930-х годов. Самым главным фактором, который способствовал возрождению национализма, было открытие, совершенное кремлевскими политехнологами: националистические идеи, направленные на соседние страны или на Запад, являются мощными инструментами, способными реконфигурировать политическую ситуацию внутри страны. Первые наци-скинхеды появились в России в начале 90-х годов одновременно с другими молодежными субкультурами западного происхождения - такими, как хиппи, панки и байкеры. В 1992 году, согласно данным российского министерства внутренних дел, в Москве их было около десятка, а в Петербурге - пять. Сегодня речь идет о почти 90 организациях, действующих в крупнейших городах России: «Скин-легион», «Кровь и

честь России», «Объединенные бригады 88», «Русский кулак», «Ярославские белые медведи»; есть даже женская нацистская группировка под названием «Женщины России». На своем сайте они объясняют, где и как достать оружие, и составляют списки наиболее ненавистных этнических групп и религий. Количество российских скинхедов, которое по разным оценкам составляет около 50 000 человек, в последние годы не увеличивается. Но параллельно развиваются другие движения, такие как «Славянский Союз», которые защищают националистические идеалы.

Западные социологи, столкнувшиеся с проблемой нацизма, утверждают, что единственное оружие тут - образование и последовательное уголовное преследование организованных группировок. И в последние годы государство начало более активно бороться с насилием на почве расизма. Однако оно занимается только симптомами болезни, а не лечением самой болезни. В новом кремлевском мире Путин борется с желанием различных нерусских сил уничтожить, разделить или, по крайней мере, унизить Россию. Например, движение «Наши» черпает своих участников из крайне-правых движений. Они опираются на чувство национальной гордости, на презрение к кавказцам и на широко распространенный антисемитизм, чтобы набирать последователей. Не для того, чтобы отправлять их в рейды и заставлять участвовать в ночных драках, но чтобы увеличивать число участников манифестаций в поддержку правительства всякий раз, когда левая молодежь - от анархистов-революционеров Эдуарда Лимонов до «Яблока» или «Идущих без Путина» - старается привлечь внимание общественного мнения к проблемам прав или гражданских свобод. То есть, Кремль, или, по крайней мере, некоторые из советников Путина, поддерживают эти экстремистские движения с двойной целью: с одной стороны, они имеют под рукой боевиков для выполнения грязной работы, с другой, они получают возможность наглядно продемонстрировать, каким демократом является Путин, просвещенный человек умеренных взглядов.

Мы считаем, что приведенные данные не соответствуют реальному положению дел в России. Советский Союз боролся с различными проявлениями фашизма в стране. И в настоящее время национализм наблюдается, но не в масштабах, описанных зарубежными СМИ.

*В.И. Иванова*

## **КОММУНИКАЦИОННО-ОНТОЛОГИЧЕСКИЙ СМЫСЛ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА**

Изучение самих сторон и аспектов социокультурного пространства представляют различные науки. Однако пространство не становится ближе современному человеку, хотя оно покоряется с помощью скорости, техники, времени и т.д. Поэтому пространство кажется преодоленным, но вместе с тем отчуждает людей друг от друга. В культурологии изучается пространство не с точки зрения его протяженности, удаленности, усвоения, а сквозь ракурс его воздействия на бытие человека, то есть через гистологический ракурс. В связи с этим появляется много вопросов о том, что сколько человеку надо пространства? (например, знаменитый рассказ Л.Н. Толстого "Много ли человеку земли нужно?", в котором настойчиво выражается мысль о том, что добро не только справедливее, но и выгоднее зла, что жадность отвратительна, а помощь другому в беде прекрасна и необходима, что любовные отношения между людьми должны быть нормой человеческой нравственности. Здесь воплощены настроения и чаяния широких народных масс, стремившихся избавиться от всех ужасов власти денег).

Что такое чужое пространство, дружеское пространство? Таким образом, антропология человека дополняется коммуникационным смыслом: как способно пространство погасить человеческие чувства или усилить их? ("Тристан и Изольда", "Ромео и Джульетта"). Какова культурная сила в преодолении пространства? Техника не дает ответ на эти вопросы.

Зависимость от средств коммуникации ведет к потере идентичности. "Бегущий человек" пытается осознать бегущую реальность, становящуюся не прозрачной из-за плотности сети коммуникации, что делает мир человеческого существования миром "неизвлеченных смыслов",

оставляя человеку лишь обмен сообщениями. Единое глобальное коммуникационное пространство вызывает необратимые трансформации культуры. Поэтому современная коммуникация питается иллюзиями освоения за счет электрического пространства. Кроме того, появляются голограммы объективно искусственного пространства, создающие иллюзии того, что все надежды осуществляются, стоит лишь протянуть им руку. Особый вид ложного (симулякры) пространства, который не стал предметом изучения, хотя бы на бытийном уровне людей, чувства их близости. Например, поведение, состояние подростков, погруженных в мир компьютерного пространства. Можно сказать, что современное пространство стало воронкой, засасывающей человека, из которой ему не выбраться.

В этой ситуации человек может быть человеком управляющим или человеком управляемым. Управляющий человек сам осуществляет самостоятельный выбор из множества предлагаемой информации. Он управляет действиями, эмоциями и смыслами, строит интерпретант рационально или с привлечением рациональной составляющей. Человек управляемый стремится действовать в коммуникативном пространстве традиционными методами, в которых преобладают эмоции и стереотип поступка, свойственные мифологическому сознанию. Не прекращающаяся глобализация коммуникационного пространства не оставляет человеку места для отступления, требует видеть и понимать механизмы, с помощью которых человек может избежать участи человека, управляемого этим пространством, поглощающим его идентичность.

Компьютерная техника культурно-нравственного направления позволяет преодолеть такое испытание пространством.

С устранением пространственных и временных дистанций теряются исторически возникшие и биологически обусловленные масштабы и перспективы и человек не может правильно ориентироваться в мире. Не хватает времени для нормальной переработки информации. Не профильтрованные и не осмысленные должным образом впечатления образуют определенный остаток, который отягощает нашу нервную систему и психику. Благодаря постоянно растущему объему информации, прогрессирующей сенсibilизации и все возрастающей зависимости от индустриальной экономики мы окончательно становимся в состояние неуверенности.

Если выбить подпорки, на которых держится здание культуры человека, то быстро наступает примитизация. Если отпадают внешние механизмы поддержания устойчивости и стабильности, то наше поведение деформируется, делается подверженным аффектам и влечением, непредсказуемым и ненадежным. Движение в сторону упадка всегда более естественно и вероятно, когда движение к величию, взыскательным и категорическим формам всегда вынужденно и менее вероятно. Уже в древнейшие мифологии знали, что Хаос первичен и естественен, когда как Космос - божественен и всегда под угрозой.

В одиночестве человек погибает, становится нечеловеком. Человеческое тело в определенных психических пограничных ситуациях (тюрьма, одиночество) способно производить подобные по действию и составу химические соединения, например, мессалин, адреналин (наркотические вещества). Эффект изменения сознания зависит от когнитивного типа личности. Если человек обладает таким скудным мысленным виденьем, что слова, даже многозначительные слова поэтов не вызывают у него в голове никаких картин, картины его визионерского опыта, представляют только материальную фактичность. Находясь под действием мессалина, он, подобно больному шизофренией, не способен изолировать переживания реальности, этого самого упрямого из первых фактов, он не может объяснить эту реальность, поскольку она никогда не позволит ему посмотреть на мир чисто человеческим взглядом. Когда букет цветов не нравится и не нравится, он просто есть, человеку все равно. Безпространственность: пространственные соотношения перестали играть сколько-нибудь большую роль и мой разум воспринимает мир с точки зрения не пространственных, а каких-то других категорий. С созерцанием солидарна и бессловесность, когда предметы говорят своей законченностью, то, что кажется «приблизившимся к обретению дара слова», имитируя тем самым даже саму интенцию актантного духа к говорению. Сопряженностью категориальных

соотношений актантный дух прокладывает путь из материальной фактичности в сферы ментального абсолюта. На последней стадии без эговости появляется "смутное знание", что все во всем - что на самом деле все есть каждое, и разум в первую очередь интересуется не масштабом и положением, а бытием и смыслом анализа отношений между ее элементами.

Когда человек вышел на свободу, мучило его то, что он всему совсем чужой. Каждая маленькая мушка, которая жужжит вокруг него в горячем солнечном луче, во всем в этом ходе участница: место знает себе, любит его и счастлива. Один человек ничего не знает, ничего не понимает, ни людей, ни звуков, всему чужой. Человеку показалось, что и в тюрьме можно огромную жизнь найти. Вера парадоксальна, единичный индивид, в вере стоящий выше всеобщего, «определяет свое отношение ко всеобщему» через свое отношение к абсолюту, а не свое отношение к абсолюту через свое отношение ко всеобщему, в нем существует такое внутреннее, которое совершенно не соизмеримо с внешним. Абсолют как бы заново приходит в мир в творческих муках каждого актантного духа, вставшего на путь рождения своего духовного отца. "Тот, кто любит Бога без веры, рефлексировать в себе самом, так как тот, кто любит Бога, веруя, рефлексировать о божестве". Таким образом, абсолютно контекстные и вне контекстные дискурсы есть идеальные типы предельных состояний, они ориентированы в пространстве теоретических выкладок; но в то же время они доносят до нас голос нашего собственного инобытия. Сегодня ясно, что естественное состояние человека - это хаос. Культура есть право, воспитанность, дисциплина, гегемония морали.

В явлении "традиции" содержится нечто абсолютно необходимое для нашего внутреннего здоровья. В поведенческих и ценностно-ориентированных традициях в течение многих столетий экспериментальным образом были найдены такие основания, которые не надо подвергать сомнению. Они не ставят нас перед необходимостью принимать решения, т.к. они стали привычными. Это огромная разгрузка для человека. Традиции вообще принадлежат к основополагающим условиям здоровья нервной системы, они должны быть включены в азбуку культуры.

*С.Е. Цветкова*

## **СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ – БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ**

В условиях расширения сфер сотрудничества с зарубежными странами и появления новых средств коммуникации возникает необходимость пересмотра традиционных и реализации более эффективных подходов к профессионально-иноязычному образованию студентов экономических специальностей. В рамках нашего исследования основным методологическим подходом является компетентностный подход.

Целью данной статьи является рассмотрение сущности и структуры межкультурной коммуникативной компетенции студентов экономических специальностей как общедидактической цели исследования, а также некоторых, существенных в рамках нашего исследования особенностей компетентностного подхода.

В соответствии с одобренной в России Стратегией модернизации содержания общего образования возникает необходимость перехода от традиционной или «знаниевой» парадигмы к компетентностной. Необходимость включения компетентностного подхода в образовательный процесс нашла отражение в Концепции модернизации российского образования до 2010 года [3].

Компетентностный подход исходит из того, что в процессе образования следует целенаправленно готовить человека к применению полученных знаний на практике в тех или иных жизненных обстоятельствах. Центральной проблемой организации образования становится проблема отбора сфер приложения его результатов, наиболее значимых в социальной и профессиональной деятельности человека, – ключевых компетенций.

В 2000 г. М. Стобарт, директор Департамента образования Совета Европы, приводит принятые Советом Европы пять групп ключевых компетенций, которые включают в себя

политические и социальные, межкультурные, коммуникативные, информационные и самообразовательные компетенции [2, с. 49].

Проблемы выделения и реализации в образовательных стандартах ключевых компетенций рассмотрены в работах Э.Ф. Зеера, А.В. Хуторского, И.А. Зимней, О.В. Чураковой и других исследователей. В настоящее время в отечественной образовательной практике продолжается научно-исследовательская работа по выделению ключевых компетенций, идёт процесс активного осмысления понятий «компетентность», «компетенция» и «ключевые компетенции».

В нашем исследовании в качестве основополагающего принято положение, согласно которому формирование межкультурной коммуникативной компетенции студентов в условиях неязыкового вуза имеет следующую специфику:

- целесообразно и возможно уже на начальной ступени профессионального образования с учётом принципа преемственности между средним и высшим профессионально-иноязычным образованием;
- ориентировано на удовлетворение потребностей в профессионально-иноязычном общении и ограничено знаниями, способностями и умениями межкультурного взаимодействия в ситуациях профессионального делового общения.

Необходимо отметить, что формирование межкультурной коммуникативной компетенции студентов осуществляется одновременно с формированием их профессионально-иноязычной коммуникативной компетенции. Анализ научно-педагогической литературы свидетельствует о том, что вопрос о соотношении этих двух компетенций решается неоднозначно.

**Таблица 1**

**Структура межкультурной коммуникативной компетенции студентов экономических специальностей**

Ключевая компетенция	Знания и умения, составляющие ключевых компетенций
Профессионально-языковая и речевая компетенция	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знание базовой деловой и экономической терминологии; овладение речевым этикетом для выражения различных коммуникативных намерений при налаживании межличностных контактов;</li> <li>- умения производить и интерпретировать высказывания, значимые для межкультурного общения в профессиональной сфере</li> </ul>
Межкультурный аспект профессионально-языковой и речевой компетенции	<p>Наличие знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- о способах отражения ценностных ориентаций деловой среды на уровне значения лексических вариаций;</li> <li>- о том, как социальные факторы и отношения между коллегами и деловыми партнёрами влияют на выбор единиц речевого этикета;</li> <li>- о различиях в структуре речевых актов и способах общения, обусловленных ценностными ориентациями деловой культуры</li> </ul> <p>Наличие умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- адекватно отражать англоязычные и собственные культурные ценности на уровне лексических вариаций;</li> <li>- применять речевой этикет соответственно условиям делового общения и социальным факторам;</li> <li>- использовать речевые акты, адекватно отражающие ценностные ориентации деловой культуры</li> </ul>
Логико-информационная компетенция	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умения осуществлять поиск, анализировать и извлекать значимую профессиональную информацию из различных источников; структурировать предложения в связное высказывание с учётом причинно-следственных связей, целостности, стиля и регистра профессионального общения</li> </ul>
Межкультурный	- осведомлённость об отличии структуры образов

аспект информационной компетенции	логико- профессионального делового общения в родной и англоязычных культурах; - умения находить социокультурные аспекты информации, анализировать, усваивать и принимать отражаемые ими универсальные культурные ценности; структурировать типовые образцы делового общения, адекватно передающие модели речевого поведения и способы общения в соответствующей бизнес культуре
Межкультурная социально- психологическая компетенция	- умения переводить культурно-связанные действия из области бессознательного в область осознаваемого; преодолевать негативные этноцентрические реакции, связанные с атрибуциями; принимать разные взгляды на мир как основу культурных вариаций в поведении; видеть ситуацию с позиций своей культуры и с позиций межкультурного собеседника

Во многих отечественных и зарубежных концепциях межкультурная компетенция трактуется как составная часть иноязычной коммуникативной компетенции (С.Ф. Шатилов, К.И. Саломатов, Е.С. Рабунский, Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, В.В. Сафонова, М. Canale, М. Swain, S. Savignon и др.). В других исследованиях межкультурная и иноязычная коммуникативная компетенции рассматриваются как частично пересекающиеся (Г.В. Елизарова, И.Л. Плужник, М.Г. Евдокимова и др.).

Профессиональная межкультурная компетенция, отмечает М.Г. Евдокимова, «состоит в умении учитывать межкультурные различия в процессе иноязычного профессионального общения и формируется в процессе формирования иноязычной профессиональной компетенции совокупностью межкультурных аспектов содержания всех компонентов последней» [1, с.25].

Обзор и анализ научно-педагогических исследований (И.А. Зимняя, З.И.Коннова, О.Ю. Искандарова, В.Ф. Аитов, Л.П. Кистанова, Г.С. Архипова, А.С. Андриенко, Г.В. Елизарова, И.Л. Плужник, Г.В. Евдокимова, В.А. Буряк, Л.П. Павлова и др.) позволяют определить сущность межкультурной коммуникативной компетенции студентов экономических специальностей и сформулировать определение основополагающего понятия нашего исследования.

*Межкультурная коммуникативная компетенция студентов экономических специальностей* представляет собой интегральное качество субъекта экономико-управленческой деятельности, характеризующее его профессионально-иноязычные знания и коммуникативные умения, обеспечивающие эффективное взаимодействие в условиях межкультурного профессионального общения; а также умения наблюдать и усваивать значимые социокультурные явления в процессе общения с иностранными партнёрами по бизнесу.

На основе анализа отечественных и зарубежных исследований по проблеме формирования иноязычной коммуникативной и межкультурной компетенций у школьников и студентов вузов нами определена структура межкультурной коммуникативной компетенции студентов экономических специальностей (см. табл. 1).

### ***Библиографический список***

1. Евдокимова, М.Г. Система обучения иностранным языкам на основе информационно-коммуникационной технологии: автореф. дисс. ... докт. пед. наук / 13.00.02 / М.Г. Евдокимова. – Москва, 2007. – 49 с.
2. Ключевые компетенции и проблемы оценки качества подготовки учащихся: Итоговый документ конференции 2-4 ноября 2000 г. // Стандарты и мониторинг качества образования. Спецвып. – 2000. - №6. – С.44-64.
3. Концепция модернизации российского образования на период до 2010 г./ Высшее образование сегодня. - 2002. - №2. - с.2-14.

## СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПАТРИОТИЗМА. ФОРМИРОВАНИЕ ПАТРИОТИЗМА У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Изначально необходимо сразу определиться в понятиях патриотизма, нравственности. Для этого обратимся к «Толковому словарю русского языка» С. И. Ожегова: «Патриотизм – преданность и любовь к своему отечеству, к своему народу. Нравственность – это внутренние, духовные качества, которыми руководствуется человек, этические нормы».

Патриотизм в России всегда рассматривался как символ мужества, доблести и героизма, силы русского народа, как необходимое условие единства величия и могущества Российского государства. Многовековая история свидетельствует, что без патриотизма немислимо создать сильную державу. Поэтому патриотическое воспитание всегда рассматривается как источник и средство духовного, политического и экономического возрождения страны, ее государственной безопасности. В связи с глобальными социально-политическими преобразованиями в России прекратила свое существование действовавшая в свое время система идеологического воспитания граждан. К примеру, СМИ стали заполняться широким потоком западных духовных ценностей, культивирующих самые низменные человеческие чувства: вседозволенность, насилие и жестокость.

Для выяснения уровня патриотизма у современной молодежи нами был проведен социологический опрос на тему «Патриотическое воспитание и условия формирования гражданской инициативы у современной молодежи», при этом были опрошены молодые люди (60 человек) в возрасте от 17 до 23 лет.

Результаты опроса таковы.

1. Есть ли что-то такое, чем Вы как истинный гражданин России могли бы гордиться?

1	<i>Победа в Великой Отечественной войне</i>	57%
2	Природа России	16%
3	Военная техника	4%
4	Победы российских спортсменов	5%
5	Принадлежность к своей национальности	14%
6	История страны	4%

57 % респондентов гордятся такой героической страницей прошлого своей Родины, как Победа в Великой Отечественной войне. Победа в Великой Отечественной войне – предмет гордости для большинства молодых людей, что является одним из значительных факторов патриотизма.

2. Как Вы считаете, существует ли в образовательных учреждениях сложившиеся традиции патриотического воспитания молодежи?

1	Да	5%
2	Скорее да, чем нет	37%
3	<i>Скорее нет, чем да</i>	42%
4	Нет	16%

58% опрошенных представителей молодежной среды считает, что в их муниципальных образованиях проводится, скорее всего, неэффективная работа по патриотическому воспитанию

молодежи. Анализируя результаты ответов, можно сделать вывод о неэффективности общей государственной доктрины в сфере патриотического воспитания молодежи. На наш взгляд, это обусловлено следующими причинами:

- резким снижением патриотической работы в конце 80-х гг. XX века вследствие распада СССР и падением престижа армии в обществе, что привело к росту не желающих проходить военную службу;

- назревшей необходимостью более глубокого и всестороннего анализа содержания, структуры российского патриотизма и готовности молодёжи к защите Отечества, его роли и места в системе воспитания и обеспечения обороноспособности страны;

- обострением противоречия между огромным потенциалом патриотизма современной молодёжи и неэффективной его реализацией в условиях современной общественной жизни.

При этом хочется отметить, что есть огромный потенциал, который необходимо реализовать. Не следует допускать возникновения вакуума в сфере нравственности, который разношерстные социально-политические силы пытаются заполнить по своему усмотрению. Такая политика крайне чревата, и может привести к необратимым последствиям, вплоть до развала нашей нации.

Показательны и дальнейшие результаты опросника.

### 3. Хотели бы Вы уехать из России в другую страну?

1	<i>Предпочитаю жить в России даже при плохом развитии событий</i>	59%
2	Хочу временно уехать и собираюсь это сделать	14%
3	Хочу навсегда уехать и собираюсь это сделать	2%
4	Хотел бы эмигрировать, но нет возможности	25%

Большая часть молодежи (59%) выразила мнение о том, что не все потеряно, возрождение патриотического сознания возможно. Но с другой стороны 25% хотели бы эмигрировать.

Любого здравомыслящего человека подобная статистика должна ужаснуть. Патриотизм в стране вырожден настолько, что абсолютно реальными кажутся опасения, что в случае опасности страну просто некому будет защитить. И действительно – многие из нас, считая себя патриотами, ведут себя апатриотично. Это происходит, когда родители хотят пристроить своего ребенка учиться на Запад, выпускник вуза, закончив институт, мечтает уехать из России и работать где угодно, но только не в стране, где родился. О каком патриотизме может идти речь, когда молодежь бессознательно не любит свою страну?

### 4. Испытываете ли Вы чувство гордости:

	<i>За свою страну</i>	9%
	За место, где Вы родились	6%
	За принадлежность гражданству Российской Федерации	6%
	Не испытываю чувство гордости ни за что из перечисленного выше	9%

81% опрошенной молодежи не может сказать, что жалеет о своем российском гражданстве, значительно меньшая часть, 19% респондентов, имеет противоположное мнение и не испытывает чувство гордости ни за свою страну, ни за место где они родились, ни за принадлежность гражданству Российской Федерации.



5. По Вашему мнению, развито ли чувство патриотизма у современной молодежи?

1	Да	5%
2	Скорее да, чем нет	23%
3	<i>Скорее нет, чем да</i>	53%
4	Нет	19%

Относительно того, насколько развито чувство патриотизма в молодежной среде 72% респондентов считает, что состояние патриотического сознания скорее не развито.

Характеризуя факторы, оказывающие наибольшее влияние на формирование чувства патриотизма и гражданской позиции у молодежи, респонденты отдают приоритет семье. Ведь семья - один из основных факторов формирования нравственных ориентиров, инструмент первичной социализации. Она должна выполнять свои воспитательные функции; родители должны принимать активное участие в патриотическом воспитании своих детей. Общественные организации, в отличие от семьи, по мнению абсолютного большинства, не принимают деятельного участия в патриотическом воспитании молодежи. Помимо этого образовательные учреждения должны воспитывать в молодых людях такие качества, как гражданское отношение к обществу, бережное отношение к природе, правовое сознание, гуманное отношение к окружающим, чувство патриотизма.

6. Что, на Ваш взгляд, необходимо сделать для возрождения патриотизма в нашем обществе?

1	Проводить более результативно работу по патриотическому воспитанию в образовательных учреждениях	30%
2	<i>Изменить отношение к проблеме патриотизма и патриотического воспитания со стороны органов власти</i>	37%
3	Усилить патриотическую работу с молодежью со стороны Вооруженных сил, МВД, Пограничных войск	14%
4	Оказывать помощь патриотическим объединениям, клубам, другим организациям патриотической направленности	5%
5	Более объективно освещать вопросы патриотизма и патриотического воспитания в СМИ	14%

Большая часть респондентов считает, что необходимо изменить отношение к проблеме патриотизма и патриотического воспитания со стороны органов власти и в образовательных учреждениях. Но все респонденты считают, что изменения необходимы.

На мой взгляд, крайне необходимы изменения в сознании россиян по отношению к армии и флоту в ходе преобразований в российском обществе и реформирования Вооружённых Сил. Государство должно больше уделять внимания Вооружённым силам, а средства массовой информации - объективнее относиться к ним, и вызвать рост патриотического самосознания молодёжи. Необходимо улучшение деятельности по воспитанию патриотизма у современной молодёжи с учётом её интересов. В первую очередь, следует создать твердую правовую базу, позволяющую улучшить патриотическое воспитание, а также законодательно регулировать воздействие на патриотическое сознание разнородных социально-политических сил.

## ЭВОЛЮЦИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ

Начало XXI века ознаменовало собой кардинальные изменения устройства современного социума: мировое общество стоит на пороге тотального погружения в эпоху «сетевых» коммуникаций, подчиняющих традиционные способы передачи информации и общения в целом. Сегодня становится очевидным, что коммуникация, являясь технологически детерминированным процессом, служит катализатором развития общества, науки и культуры. В столь стремительно меняющемся мире способность приспосабливаться, «перерабатывать» гигантское количество информации и не терять при этом собственную идентичность является определяющей. Технологический прогресс привел к появлению нового типа коммуникации, которая в свою очередь сформировала уникальный тип мышления человека. В этой связи представляется логичным проследить объективно существующую взаимозависимость поведенческих паттернов человека, мышления и технологической эволюции коммуникации.

Для упрощения восприятия и анализа современных коммуникативных тенденций нами разработана оригинальная модель (рис.1), позволяющая представить взаимозависимость коммуникации и технологической эволюции. Ее суть заключается в рассмотрении коммуникативной эволюции в формате двухмерной модели. Вертикальная градация указывает на технологическую детерминанту развития коммуникации. Горизонтальная, в свою очередь, рассматривает изменение активности коммуниканта при восприятии той или иной информации, переданной посредством коммуникативного канала.

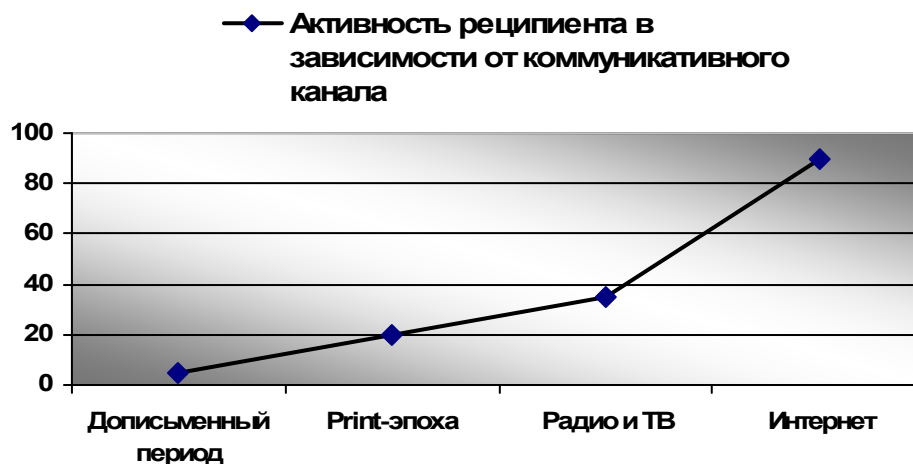


Рис. 1

За основу градуирования вертикальной плоскости была взята концепция канадского ученого Маршала Маклюэна [1], который соотносит каждый этап развития коммуникации с тем средством, за счет которого происходит передача информации. Автор выделяет дописьменный период, письменный период, так называемую «Галактику Гуттенберга» или print-эпоху, и период электронных коммуникаций: радио, телевидение. Логичным продолжением данного списка является Интернет, который канадский ученый не отметил в силу объективных причин - отсутствия Интернета в момент написания работы.

В то же самое время мы не можем не рассматривать и другую ветвь развития коммуникации. На психологическом уровне потребитель информации ведет себя по-разному в

зависимости от того, каким видом коммуникации пользуется. Вместе с психологией человека меняется его активность, точно так же, как и восприятие коммуникативного процесса.

В дописьменную эпоху как таковой массовой коммуникации не существовало. Поэтому индивидуальная активность участников коммуникации в ходе межличностного общения была крайне высокой, т.к. источник и потребитель информации попеременно менялись местами, то генерируя сообщения, то получая и усваивая их. Коммуникация не была технически детерминирована, носила явный межличностный характер, могла иметь место только в точке непосредственного физического присутствия коммуникантов.

С появлением книгопечатания, адресаты впервые смогли получать и усваивать информацию дистанционно, находясь в удалении от генератора информационного сообщения. Реакция на прочитанное оставалась в большинстве случаев неизвестна адресанту, а на ее «доставку» требовалось большое количество времени – месяцы и даже годы.

Элвин Тоффлер в книге «Третья Волна» пишет о том, что для средств массовой коммуникации индустриального периода (или «второй волны») характерны фиксированные отношения производителя (СМИ) и потребителя информации (реципиента, зрителя, слушателя) [2]. При этом производитель информации может получить обратную реакцию реципиента только через определенный существенный промежуток времени, хоть и меньший, нежели в период print-коммуникации. И в этом смысле реакция адресата, во-первых, «отложена» во времени, во-вторых, не может сиюминутно влиять на транслируемые по коммуникативным каналам сообщения. На психологическом уровне подобное взаимодействие источника и получателя информации откладывает определенный отпечаток на каждого потребителя информации. Человек привыкает к вышеперечисленным свойствам коммуникации «второй волны» и становится в некотором смысле «пассивным» потребителем информации. Даже технологии «интерактивного» телевидения, звонков на радио в прямом эфире и т.д. не позволяют в полной мере воздействовать на передаваемый по телекоммуникационным каналам контент, а, следовательно, и участвовать в его создании.

Если проанализировать тоффлеровскую теорию «третьей» волны, то становится очевидно, что еще в 1980-е годы прошлого века автор предсказывал экспансию Интернета, с его мозаичностью, децентрализацией и растущим в геометрической прогрессии объемом информации. Распространение сетевой, нелинейной коммуникации уже вызывало изменение психологии потребителя информации, что в свою очередь влияло на психологию производителя. Концепция Web 2.0 сделала каждого пользователя Интернета создателем контента. Мы позволим себе провести определенную аналогию с периодом дописьменной коммуникации, где адресант и адресат постоянно меняются местами и коммуникация носит сугубо межличностный характер. Однако в случае с Интернет-коммуникацией мы можем наблюдать целый ряд специфичных характеристик: реакция на события стала практически молниеносной и нашла свое выражение в растущей популярности блогов, форумов, социальных сетей и т.д. Реципиент за последние 10 лет превратился из пассивного потребителя информации в генератора контента. Меняется мироощущение и мировосприятие коммуниканта, ускоряется информационный поток. В новых реалиях целому ряду людей (приверженцам прежнего коммуникативного формата) все сложнее свыкнуться с возросшей скоростью коммуникативных процессов, с возможностью активного участия в интенсивном информационном обмене.

Следует констатировать, что коммуникация в различное время носила неоднородный характер. В период дописьменной коммуникации уровень активности ее участников был наиболее низким, в то время как в «сетевую» эпоху количественный показатель активности многократно возрастает, что, безусловно, сказывается на поведенческих паттернах адресата. Влияние возросших коммуникативных возможностей и самого формата общения на психологию коммуниканта остается малоизученным, в силу новизны наблюдаемых процессов, что придает особую значимость и актуальность проводимым в этой области исследованиям.

#### ***Библиографический список***

1. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека // Центр фундаментальной социологии; пер. с англ. В. Г. Николаева. М.: Канон-пресс. 2003

### **ФИЛЬМ «ЧУЧЕЛО» КАК МЕССЕДЖ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ К ВЛАСТИ И ВЛАСТИ К ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ**

Один из лучших и наиболее значительных фильмов Р.А. Быкова, фильм «Чучело», был закончен в 1983 г. (когда Ю.В. Андропов был ещё в полной силе) и сразу же запрещён к показу, что само по себе не вызывает удивления, учитывая, что он демонстрировал далеко не благостную картину положения в пионерских отрядах того периода (при этом, конечно, все понимали, что пионерские отряды выступают здесь как застрельщик травли и морального уничтожения противника не сами по себе, а как передовой отряд комсомола; комсомол – как передовой отряд партии; а партия – как передовой отряд рабочего класса и всего общенародного государства). Ровно через год, в 1984 г., фильм «Чучело» был разрешён, и это само по себе ещё не было бы удивительно, принимая во внимание прихотливые извивы советской идеологической мысли и влияние на конечные судьбы тех или иных фильмов субъективных, случайных факторов. Однако здесь произошёл совершенно особый случай. «Чучело» был не просто разрешён «из милости», но предписан к повальному обязательному показу во всех школах Советского Союза 1 сентября 1984 г., который официально считался не только днём знаний, но и днём мира, в первый же день учёбы (и встречи одноклассников после долгих летних каникул), с не менее обязательным последующим обсуждением этого фильма на всех классных часах всех школ Союза. Придание такой неожиданной официозности далеко не однозначному по своему идеологическому наполнению фильму могло быть объяснено только необычными обстоятельствами переходного периода советской истории. Претендовавший до этого без особых оснований (если не считать формального обучения в Кишинёвском пединституте одновременно с заведованием отделом агитации и пропаганды ЦК КП Молдавии) на роль главного идеолога партии К.У. Черненко как раз к этому времени не только стал формальным главой партии, но и в впал в полуобморочное состояние. Освободившуюся ниву идеологического кураторства всё настойчивее стал осваивать М.С. Горбачёв, который никак не мог на это претендовать, судя по формальной раскладке партийных обязанностей (секретарь ЦК по сельскому хозяйству; заметим, что ни на этом, ни на последующих этапах острой борьбы за власть ему почему-то никто не ставил в вину фактические провалы продовольственной реформы 1978 г. и Продовольственной программы 1982 г., за исполнение которых он как раз нёс прямейшую ответственность). Диковинные развороты непростой истории фильма «Чучело» вступают, таким образом, в прямое соотношение к метаниями партийной идеологической машины, которая как раз в этот период испытывала на партийных пропагандистах как прямо левацкие лозунги (такие, например, как предложение отменить систему наследования имущества, как противоречащую истинно социалистическим принципам полного равенства), так и лозунги обратного свойства (призывы к «индивидуальной» (эвфемизм «частной») трудовой деятельности). Заметим, что именно при Ю.В. Андропове получили второе рождение придушенные в первой половине 1970-х гг. принципы «коллективного подряда», «семейного подряда», прямо подразумевавшие неравную оплату за неравный труд.

Наконец, эта странная история с качанием маятника от ненависти до любви к фильму «Чучело» получила законченное выражение в драматической истории подготовки и проведения Идеологического совещания 10 декабря 1984 г., (оно получило официальное наименование научно-практической конференции «Совершенствование развитого социализма и идеологическая работа партии в свете решений июньского (1983 г.) Пленума ЦК КПСС»), которое, «в гроб сходя», благословил своим присутствием при открытии К.У. Черненко, но фактически провёл и произнёс на нём «забойный» доклад, вопреки сопротивлению практически всей партийной машины, М.С. Горбачёв (см., в частности, воспоминания таких соратников М.С. Горбачёва, как В. Медведев, А. Черняев; заметим, что вторжение «сельхозника» в сакральную сферу партийного жречества вызывало нескрываемое раздражение окружения К.У. Черненко).

## КАРНАВАЛЬНОЕ МИРОВОСПРИЯТИЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ИДЕАЛЫ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

*Искусство имеет прямое отношение к истине,  
и поэтому оно может поспорить с наукой и философией,  
когда мы пытаемся понять не эмпирические факты,  
а сущность действительности.  
В. Хёсле.*

Граница жизненного пространства может восприниматься как праздник. Культ пира во время чумы – возможно, самое лучшее, чего можно пожелать обществу эпохи перемен с точки зрения художественного восприятия действительности. На фоне обострённой эстетической чувствительности социальное бытие обретает новое измерение через игровые формы реальности, через язык искусства, через стремление к красоте. Выход из современного кризиса всё чаще обозначается сейчас как смещение перспективы, и в процессе поиска адекватных путей обращение к эстетическим духовным ориентирам становится уже повсеместной практикой. Обозначенный М. Бахтиным путь от жизни к искусству и обратно обретает весьма актуальное измерение в контексте рассмотрения общественного идеала как одной из наиболее значимых форм взаимодействия социального, с одной стороны, и духовного – с другой [1].

Столь часто воспроизводимая в переходный период шекспировская параллель мира и театра представляет общественный идеал как амбивалентный результат взаимодействия двух духовных практик – публики и творца. Последний образ наделён большей собирательностью, нежели первый, и большей значимостью с той же эстетической точки зрения. Драматург, артист, художник формирует общественный идеал как зрелище, как действие, как искусство, но, как верно подмечено столетием ранее русским мыслителем В. Ивановым, заказчиком всегда является публика – народ, общество. «Неверно оценивают положение те, кто думают, что художники и ремесленники музы сценической борются за новый идеал, а толпа коснеет в старых предрассудках. Народ, общество – всегда заказчик... в вопросе о возможностях театра воля, инстинкт или потребность заказчика опережают ремесло ремесленников, исполнителей заказа» [2]. Подобная аллегория не утратила, на наш взгляд, актуальности в наши дни, напротив, она обострена той небывалой десакрализацией социального пространства, которая имела место в постсоветский период. Одним из наиболее ярких образов подобного процесса, сформировавшихся в русской культуре прошедшего столетия, является карнавал, который в своей социологической интерпретации может быть обозначен как переход от сословной иерархии традиционного общества к стратификационным образам индустриальной эпохи.

Карнавал с точки зрения художественного восприятия мира – смешение жанров и стилей, когда на смену иерархической упорядоченности приходит «анархическое высвобождение энергий» [2]. Хаотические осложнения действия стирают сословные границы, нивелируют «эффект рамп»; определяющим в плане проблематики общественного идеала здесь является феномен объединения (смешения) различных типов мировосприятия, проблематизируемых формированием т.н. коллективного сознания [3,4]. Само данное явление амбивалентно по своей природе: будучи деструктивно с нравственной точки зрения, оно конструктивно в эстетическом плане, разрушая гармонию общности, оно освобождает жизненное начало. Столь же двойственен и эффект воздействия на общественный идеал: ориентация на гармонию сознания зрителя и героя – с одной стороны, неизбежная профанация – с другой.

Общественный идеал, сложившийся в русской мысли начала XX века, – для нас сейчас не просто прошлое как предмет исторического исследования. В гораздо большей степени он является отвергнутым, «недо-пережитым», «несвершившимся». Отвергнутая идея, в отличие от отвергнутой вещи, не меркнет со временем и не уходит насовсем, в своём инобытии она как бы продолжает существовать параллельно и с отвергшим её, и с предпочтённым ей. Возвращение

есть всегда обретение заново, болезненное в силу того, что общность времени практически невозможно воссоздать заново. Идеал и общество, прежде существовавшие в целостном горизонте общих интересов и общей релевантности, более не сопричастны взаимному развитию, чистое «мы-отношение» оказывается навсегда утраченным [5]. Диапазон интерпретаций резко сужается, само восприятие идеала дифференцируется, дробится, и происходит это уже в иной пространственной динамике и временном ритме.

Путь от идеи к вещи – самая тяжкая участь, которая вообще может постигнуть некую духовную сущность. Общественные идеалы в постсоветское время зачастую воспринимались не как цель, но как средство, в его самом меркантильном понимании – в политико-идеологической сфере. Именно в этом своём вещном наполнении они начинали циркулировать в виде абстракций; псевдорелевантность делала их пародиями. Эти разрывы и разломы тем ощутимее, что социальный опыт XX века для России был опытом тоталитарного духовного искажения действительности; он является дополнительным препятствием на пути гармоничного взаимодействия материальных и духовных компонент общественного развития.

### ***Библиографический список***

1. Бахтин, М.М. Автор и герой в эстетической деятельности / М.М. Бахтин. Собр. соч. Т.1. – М.: издательство «Русские словари», «Языки славянской культуры», 2003. С. 69-263.
2. Иванов, В.И. Борозды и межи / В.И. Иванов. – М.: Аполлон, 1909. №1.
3. Бахтин, М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. Собр. соч. Т.1. – М.: издательство «Русские словари», «Языки славянской культуры», 2003.
4. Хёсле, В. Кризис индивидуальной и коллективной идентичности // Апокалипсис смысла. Сборник работ западных философов XX-XXI веков. – М.: Алгоритм, 2007. – 272 с. С. 16-45.
5. Schutz A. The Homecomer // Schutz A. On Phenomenology and Social Relation. The Univ. of Chicago Press, 1970. P. 294–308.

***Т.Н. Кригер***

### **К ВОПРОСУ О ГЕНДЕРНЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА В XXI ВЕКЕ**

Психологи бьют тревогу – в больших городах и в Москве особенно происходит «трансформация полоролевого поведения». Действительно, парень в бусах или модных «клубных» сапожках, то есть женских атрибутах, в мегаполисах явление обычное, так же, как и пирсинг, серьги, цветные челки.

И девушки – собранные, с твердым взглядом – спешат куда-то, разговаривают по мобильному телефону, то есть мы в первую очередь видим в них бизнес-леди с мужским характером.

В последнее время все более явно выраженными становятся следующие, безобидные на первый взгляд процессы, приводящие к необратимым изменениям социума. Во всех больших городах наблюдается менее жесткое половое разделение. По мнению профессора МГУ А. Полева, «чем больше город, тем меньше физического и больше умственного труда. В большом городе не нужно быть физически сильным. В цене образование, ум, целеустремленность. Не важны национальность, пол. Важно как ты работаешь. Вот женщины и делают карьеру, обгоняя мужчин. Это ни хорошо, ни плохо. Это объективное изменение социума».

Почему мужчины из городов миллиоников все чаще – «ни рыба ни мясо»? Такими их делает новая социальная реальность. Мужчин важно воспитывать, особенно важно роль первичной социализации, где ребенок должен усвоить на примере родителей собственное ролевое поведение. И делать это должны мужчины. Хочется подчеркнуть роль отца в семье и воспитании. Мальчик должен перенимать поведение отца: ответственного, мужественного и при этом справедливого.

Речь идет о наглядности, некой «социальной кальке», передающейся из поколения в поколение. Вот таким должен быть мужчина, вот так – смотри – ты должен себя вести. А у нас мужчину с детства воспитывают женщины: мама, няня, учитель, преподаватель. Постепенно теряется «самость», половая идентификация. Все больше неполных семей, где мама пытается играть роль и мамы и папы. Получается что-то среднее. Во что позже и превращается мужчина, копируя мамино поведение. Ситуация отягощается и физическим положением мужчин. Ведь многие погибли еще во время войны, и эхо этих потерь ощущается до сих пор.

А ведь действительно, мужчин в России воспитывают женщины! Папа в лучшем случае на работе. В худшем – пьет или ушел из семьи. Стоит ли удивляться, что вырастают маменькины сынки.

Заставляют удивляться подростки эмо. Ну ладно девочки, выкрашенные в фиолетовый, с пирсингом. Но ведь и парни такие! На турнике подтянуться не могут, пробежав сто метров, задыхаются и считают себя «нормальными современными ребятами».

Психологи утверждают, чтобы из мальчика не вырос маменькин сынок, его должен воспитывать отец. Нет отца – желательно отдать мальчика в спортивную секцию. Тренер для ребенка тоже во многом отец. Формированию мужских качеств очень помогает армия. Но отдавать туда лучше подготовленных парней.

А еще формированию мужских черт очень помогает религиозное воспитание. И православие, и ислам, и иудаизм – весьма патриархальные религии. Священники объясняют мужчине его роль в семье и степень его ответственности. По настоящему религиозный мужчина не может вести себя как ребенок или женщина.

На данный момент социальный институт семьи переживает кризис. Нам кажется, что это может отразиться на государстве, ведь современные подростки - это будущее нашей страны.

*Е.В. Логинова, Л.В. Лапина, Е.И. Круглова*

## **АПАРТЕИД: УРОК ДЛЯ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА**

Одним из наиболее близких по времени примеров официального расизма - апартеид в ЮАР. Но сегодня совсем немного научных исследований апартеида. Из диссертаций можно выделить работы Дм.В. Терешкина [1], А.А. Архангельской [2], С.А. Бондарко [3]. В этих диссертациях, безусловно, осуждающих апартеид, проблема изучается с политико-правовой и исторической точек зрения, но глубинный анализ самого принципа отбора людей по этнофизиологическому принципу, увы, не приводится.

Зато такой анализ дан в брошюре Дмитрия Жукова «Апартеид. История режима», только анализ специфический. На обложке – симпатичный белый солдат с автоматом. Книжка увлекательная и читается с интересом. И число читателей брошюры в тысячи раз превышает количество людей, даже слышавших о перечисленных диссертациях. Основное содержание книжки – плач по свергнутому идеальному режиму и анализ ошибок идеологов апартеида, главная из которых, судя по содержанию книги, - в том, что они «пошли не до конца». «Неравнодушная» современная молодежь, при отсутствии не идеологизированных и добротных научных работ, читает именно такие книги...

Апартеид (апартхейд) (на яз. африкаанс *apartheid* - раздельное проживание) - наиболее крайняя форма расовой дискриминации. Означает лишение определенных групп населения в зависимости от их расовой принадлежности политических, социально-экономических и гражданских прав, вплоть до территориальной изоляции.

В 1948 году Национальная партия победила на всеобщих выборах и провела несколько очень строгих законов, ограничивающих права чёрного населения: конечной целью этой политики было создание «Южной Африки для белых», в то время как чёрных предполагалось вовсе лишить южноафриканского гражданства. В ходе апартеида чернокожие были фактически частично или полностью лишены следующих прав: 1) право на гражданство ЮАР (в большинстве случаев это стало привилегией); 2) право участвовать в выборах и быть избранным; 3) право на свободу передвижения (темнокожим было запрещено выходить на

улицу после заката, а также появляться в «белых» районах без особого разрешения властей, то есть, по сути, им было запрещено посещать крупные города, поскольку они находились в «белых» районах); 4) право на смешанные браки; 5) право на медицинское обслуживание (это право у них не было формально отнято, но им было запрещено пользоваться медициной «для белых», в то время как медицина «для чёрных» была совершенно не развита, а в некоторых районах отсутствовала вовсе); 6) право на культурно-развлекательный досуг (основные кинотеатры и другие развлекательные учреждения были в «белых» районах); 7) право на образование (основные образовательные учреждения находились в «белых» районах); 8) право быть принятым на работу (за работодателями было официально закреплено право применять расовую дискриминацию при приёме на работу). Закон об обеспечении раздельных услуг прямо разрешал властям предоставлять разным расам услуги разного качества.

В 1970-е годы государство тратило на образование одного чернокожего ребёнка десятую долю той суммы, которая приходилось на одного белого. Во многих негритянских районах больниц не было вовсе. Больницы и служба «скорой помощи» также были сегрегированны: больницы для белых обычно финансировались хорошо и предоставляли услуги высокого качества, в то время как в «негритянских» больницах хронически не хватало средств и работников.

В течение многих лет спортсмены ЮАР не допускались на международные спортивные соревнования, прежде всего по олимпийским видам спорта.

Конец эпохи апартеида приходится на 1989—1994 годы. Борьба с апартеидом стала одной из приоритетных задач ООН в 1970-х и 1980-х годах. К борьбе подключились и многие другие международные правозащитные организации. Нельзя не отметить, что падение апартеида связывается с активной деятельностью Нельсона Манделы.

Несмотря на отмену апартеида, миллионы чёрных южноафриканцев до сих пор живут в бедности. Это связано с тем, что из-за исторических причин по уровню образования, социальной ответственности и производительности труда большинство коренных чернокожих африканцев на текущем этапе объективно неспособно соответствовать стандартам развитого постиндустриального общества. Крайне высок уровень уличной преступности, в том числе процент тяжких преступлений.

Но отставание, копившееся веками, за несколько лет не преодолеешь - считает Джанет Черри, преподаватель социологии в университете города Порт-Элизабет. Джанет Черри: «Если посмотреть, какая часть черных детей, оканчивая школу, имеют хоть какое-то представление о той же математике, то картина будет безрадостная - число их по-прежнему очень невелико.

Последние несколько лет АНК проводит в жизнь программу *affirmative actions*: теперь, при устройстве на работу, предпочтение отдается людям с черным цветом кожи. Белому специалисту найти себе работу - все труднее, а потому многие хорошо образованные и способные люди уезжают за рубеж. Все бы ничего, только компетентных специалистов среди черных пока очень мало».

В ЮАР процветает преступность, и можно с уверенностью говорить о дискриминации белого населения. Теперь оно – объект мести, и сложно решить, насколько она справедлива.

#### **Библиографический список**

1. Терешкин, Дм.В. «Политический режим апартеида в ЮАР: теоретический и историко-правовой анализ». Дисс... канд. юрид. наук [На правах рукописи] / Дм.В. Терешкин. - Н.Новгород: Нижегород. гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского, 2007. – 198 с.
2. Архангельская, А.А. «Внешняя политика ЮАР (1994 - 2004 гг.). Дисс... канд. истор. наук [На правах рукописи] / А.А. Архангельская. - М.: Институт Африки РАН, 2009 – 164 с.
3. Бондарко, С.А. Влияние трансформации политического режима на внешнюю политику: пример ЮАР 1982-2002 гг. Дисс.. канд. полит. наук [На правах рукописи] / С.А. Бондарко. - СПб.: СПбГУ, 2005 158 с.



## МОДА НА «ДУХОВНОСТЬ»

Март... Что для людей значит этот месяц? Тёплый запах весны, орущие коты под окном, долгожданная любовь или новый романчик на недельку-другую? Всё сильнее пригревает солнце – для большинства это символ долгожданного рождения очередного знойного лета, и в ту же минуту, это ветреная и мокрая агония колючей зимы. Прилив вдохновения у гениев и злодеев самых разных уровней и направлений. Которых, впрочем, официальная церковь всегда стремилась прировнять к богоотступникам. Поздний март и ранний апрель – в эти дни восходит звезда научных свершений, вдохновенных произведений, доселе невиданных убийств и тягостных помешательств. На этот период в большинстве древнейших религий приходится празднование нового года. Когда силы света в финальном сражении, приходящемся на дни весеннего равноденствия, побеждают силы тьмы. И день становится длиннее ночи. Многие люди из далеко ушедших эпох и немногие из ныне живущих также участвуют в этой битве на стороне света. Борьбу они ведут на своём внутреннем небосклоне, олицетворяя тем самым воинов света. Именно через подобные аллегории происходило зарождение принципов и целей традиционного поста во многих культурах. Люди борются с бесконтрольными, не понятными для них (а значит – тёмными) силами своей личности. Одни одерживают победу, сковав свои бессознательные желания кандалами собственной воли. Другие же наказывают ни в чём не повинный желудок, отпуская из зала суда истинного преступника. Во все времена в бою были те, кто воевал в первых рядах и те, кто наряжался в доспехи, чтобы покрасоваться перед другими. К большому сожалению, сегодня всё больше становится последних. На прилавках гипермаркетов и в меню ресторанов, в студенческих столовых и в придорожных кафе – везде удобно пристроились постные блюда. Прибыль предприятий, к радости их владельцев, не пострадала. Удивляться тут нечему. Ведь мало кто скрывает собственный «духовный» рост. Более того, предельное большинство ряженных в «духовное» состояние во время поста стараются при любой удобной возможности (особенно в первые недели) показать собственную причастность к великой духовной битве. Как бы косвенно, невзначай, они сообщают своим друзьям и подружкам о своих «великих подвигах». Нет, разумеется, не из злостных побуждений, а так, между делом. На самом деле, они участвуют в битве этой, как впрочем, и все остальные. Но вступают они в бравую армию «тщеславия». Каждый из нас служил там какое-то время. Там, признаться, неплохо платят. И служба проходит почти незаметно. Но мы можем воочию наблюдать какую-то скрытую пиар-кампанию, запущенную пиаристами этой армии. Сегодня быть «духовно-подкованным» становится модно. Модно называть себя буддистом, говоря о единственной заповеди - «не парься – всё суeta». Модно называть себя христианином, крича о своей вере на каждом углу. Модно с гордо поднятой головой говорить: «Бог умер», прочитав пару глав Ницше. Духовные «знания» унифицировались. Они превратились в материю, хотя всегда были много более тонким ощущением. Облачились в слова и стали своеобразным вирусом моды на духовность. «Товары просветления» на рынке «духовных потребительских услуг» дорожают. Популярная эзотерика украсила полки многих магазинов и сознания всё большего числа людей. Или вы думаете, что все деньги идут в прибыли этим самым просветленным мастерам? Нет, просто это отличная торговая ниша. Ниша не только на рынке, но и в сознании людей, которых долгое время держали в стороне от «духовной» пищи. Разумеется, у всего есть положительные моменты. И, как подсказывает «дзен», их столько же, сколь и отрицательных. И пусть эта мода заселяет прилавки в мозгах людей, которым необходимо хотя бы такое заселение. Возможно, и здесь вскоре начнут действовать законы рынка, и победу одержит наиболее конкурентноспособный. А что может быть конкурентноспособнее истины? Как показывает история – только ложь, которую будет приятнее считать истиной. И когда через несколько десятков (а может и единиц) лет откроют первую биржу религий и крупнейшие религиозные корпорации выставят на торги свои акции, – не

удивляйтесь. Всё идёт своим чередом, ничего не изменить, лучше заниматься собой, не судить и подставлять сознание под информационные удары религиозных маклеров. Ведь так учит «наша религия» конформизма?

Ударили по левой щеке – подставь правую. С этим мало кто поспорит из духовно-грамотных.

Но если замахнулись на левое с правым полушарие? Что делать? Поддаваться воздействию? Отдать на расправу собственное сознание? Об этом обещали сказать в третьей части трилогии «Завет». Будем ждать... и надеяться. Ведь так учит наша религия...

*Н.Ю. Масленцева*

## **МОДА КАК КОММУНИКАЦИЯ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД**

Коммуникативные аспекты моды – вопрос, относящийся к числу социологических подходов исследования моды как социокультурного явления. Анализ моды как особого способа и образа обработки социальной информации одними из первых был сделан Е.Я. Басиным, А.Б. Гофманом, К.М. Кантором, И.С. Коном, В.М. Красиным, Л.В. Петровым, В.Б. Элькиной. Предметом анализа исследователей выступают два вида поведения человека: особый, способ поведения, движущим мотивом которого является престижно-символическая потребность и поведение, в котором наряду с потребностью в символах престижа, присутствует потребность в самореализации. С появлением постмодернистских теорий социокультурного развития (работы

З. Бауман, Ж. Бодрийяра, А. Дворкин, Ф. Дейвис, В.И. Ильина, А. Макробби, Л. Негрин и др.) акцент в анализе сущности моды как коммуникации в современном «обществе повседневности» сместился на анализ символов и знаков новой виртуальной реальности моды. Это взгляд на моду как «шоу кода», особый зашифрованный мир знаков и символов, довлеющих над культурой, обществом, индивидом.

Поскольку мода относится к числу массовых явлений, вовлекая в процесс своего функционирования большие группы людей, многоплановость ее проявления проявляется во всех без исключения сферах жизни современного общества. Модная коммуникация проявляется на разных уровнях. Первый – макро-уровень отражает процессы взаимодействия и передачи определенных сообщений от создателей моды через систему распространения к потребителям модных объектов. На этом уровне важно учесть переход от субъект-объектного взаимодействия (творцы моды манипулируют обычными людьми, побуждая их на бессознательном уровне следовать модным веяниям), к отношениям субъектов, когда роль обывателя моды (обычного потребителя), «уличная моды» – оказывает крайне важное, если не решающее влияние и на дизайнеров, создающих моды, вынужденных учитывать «настроение» улиц и «дух времени». Второй уровень коммуникации – межличностное взаимодействие и обмен сообщениями. Данная разновидность модной коммуникации – наиболее очевидная и самая исследуемая, поскольку известен тезис о том, что личность проявляется в том числе в ее отношении к моде, презентации своей телесности, образе жизни, выборе стиля жизни. Мода теряет былую жесткость. В результате в ней мирно соседствуют черты совершенно разных стилей: юбки мини и макси, туфли на платформе и шпильке и т.д. – эклектика, немыслимая ранее. Тенденция прогрессивного развития моды кажется уже исчерпанной: стало трудно создать что-то новое, не повторяясь [1]. Полистилизм моды – отражение множественности стилей жизни, плюрализации культуры.

Подобное мировоззрение оказывает все более заметное воздействие на исследование моды, ее значения для человека, проблемы личности в моде. Исследователи моды, работающие в рамках постмодернистского подхода, поставили под сомнение целый ряд аксиом, распространенных в модернистской трактовке, о ведущей роли разума, целесообразности в

поведении участников моды, их независимости, согласованности поведенческих актов, разделения производства и потребления моды и т.д.

Прежде всего, предметом анализа является иное видение человека в моде. Он опирается в первую очередь на такие методы исследования, как семиотический анализ использованных вещей, вообще модного потребления как процесса передачи информации с помощью символов, интерпретацию, объяснение сущности моды в современном мире вещей.

Положение, что история, общество могут быть «прочитаны» как текст, привело к восприятию человеческой культуры как единого «интертекста», который, в свою очередь, служит как бы подтекстом любого вновь появляющегося текста. Таким образом, автор любого текста (в том числе, создаваемого с помощью вещей, модных знаков и символов) тем самым, «превращается в пустое пространство проекции игры» [2].

Все принимаемое за действительность является на самом деле ничем иным как лишь представлением о ней, зависящей от точки зрения наблюдателя, и смена позиции наблюдателя ведет к кардинальному изменению самого представления. Поэтому важнейшей задачей социологической науки становится объяснение причин, мотивов социокультурных практик модного поведения.

Представление о моде как о тексте, содержащем особые символы и знаки, который позволяет себя каким-то образом «преподнести, подать, упаковать» и передать информацию о себе. Неверно было бы сводить все изучение личности и моды к анализу текстов. Гораздо важнее определить сущность взаимоотношений между ними: личностью и текстом, факторы и причины, их вызывающие.

Многие идеи и подходы в социологии моды были подвергнуты переосмыслению именно под воздействием постмодернистских теорий, что позволило отказаться от традиционных трактовок и обнаружить новые ориентиры в исследованиях моды и личности.

С методологической точки зрения это означает необходимость использования междисциплинарных подходов, применения самых разных научных идей. В повседневной жизни люди осмысливают мир, придают смысл окружающим их объектам, явлениям, людям и взаимодействуют на основе этих смыслов. Так называемая теорема Томаса гласит, что если люди считают ситуацию реальной, то она реальна по своим последствиям. Поэтому, даже если мы «ошибаемся», размышляя о значении чего-либо, наши самые сильные заблуждения имеют реальные последствия. Концепция реальности, создаваемая представителями какой-либо культуры, недоступна напрямую аутсайдерам, новичкам или чужакам.

Для того, чтобы понять моду как социокультурное явление, необходимо прежде всего изучить язык, но даже имея общий язык тех, кого мы изучаем, мы порой не знаем, что означают конкретные слова и невербальные практики в конкретных ситуациях. Чтобы понять смыслы модных коммуникаций, описать мир повседневности с точки зрения участника моды («инсайдера») [3], необходимо использовать качественные методы социальных исследований. Участие в повседневной жизни приводит к тому, что занимаемая исследователем позиция определяет ту перспективу, с которой он или она смотрят на изучаемую проблему. Поэтому очень важно постараться рассмотреть проблему сообщений (смыслов) модной коммуникации на всех уровнях с разных позиций. В этой перспективе не столь важно сохранение неприкосновенности предметных границ, сколько адекватность методов и профессионализм. Социокультурный анализ – одна из подобных попыток межпредметного подхода к изучению моды как коммуникации

#### *Библиографический список*

1. Ильин, И.П. Постмодернизм: от истоков до конца столетия /И.П. Ильин. - М., 1996, С.57
2. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть /Ж. Бодрийяр. - М., Добросвет. 2000. С. 169.
3. См.: Ярская-Смирнова, Е.Р. Социокультурный анализ нетипичности /Е.Р. Ярская-Смирнова. - Саратов: СГТУ, 1997.

## РОЛЬ КАЧЕСТВЕННОГО ОВЛАДЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ В АСПЕКТЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ РАЗЛИЧИЙ

Мысль написать эту статью появилась после многочисленных дискуссий в студенческих коллективах нашего вуза о том, зачем и как следует изучать чужие языки.

Давным-давно, в шестидесятые годы, человек, умевший хотя бы произносить иностранные слова, считался уникалом. Поступить в институт иностранных языков многим казалось невозможным, а попасть в институт международных отношений было трудней, чем Емеле подружиться с волшебной щукой.

Много воды утекло с тех пор. И сейчас чуть ли не каждый второй считает себя знатоком «закордонных мов».

Один пример. Пару лет назад иду как-то по родным Печёрам и вижу, как трудится знакомый дворник. Дёрнула меня нелёгкая спросить: «Что-то ты вяло машешь метлой, Степан. Не выпался, что ли?» А он мне в ответ: «*Aliena vitia in oculis habemus, a terga nostra sunt*. И вообще: *De gustibus et coloribus non est disputandum!*» Так он меня отшил: дескать, в чужом глазу соринку видишь, а в своём бревно не замечаешь! Иди своей дорогой и помни, что на вкус и цвет товарищей нет. Таким вот оказался дворник Степан – мы с ним ягоды одного поля. (Он в своё время, т.е. до перехода на настоящую работу, преподавал греческий и латинский языки в вузах нашего города.)

А среди молодёжи знатоков по языковой части вовсе уж не перечсть. То и дело слышишь: спонсор, диспенсер, брифинг, консенсус. Раньше приходили на свидание, а теперь на meeting, и девушки называют своих избранников не иначе, как бойфрэндами.

Впрочем, традиция заменять родные слова басурманскими не нова: ещё во времена Пушкина в Санкт-Петербурге вместо форточек пользовались «васиздасами», например. А между тем за рубежом не так часто встретишь человека, глубокомысленно изрекающего трудные русские слова. Там царит культ «mother tongue» («материнского», т.е. родного языка).

Не оттого ли у нас некоторые употребляют чужие слова, что не могут подыскать свои? И не является ли иноязычный антураж чем-то вроде экзотических импортных эплет, пристроенных к отечественному домотканому мундиру?

На фоне подобных изысков странным кажется, что качественно владеют чужими языками лишь немногие. Каждый, кто бывал за рубежом, не раз, наверное, был свидетелем того, как неуклюже наши соотечественники обращаются с иностранным языком. Могут сказать: ну и что же? Не у всех наших людей богатый опыт пребывания на чужбине, ещё не сложилась в полной мере традиция (и мотивация) качественного овладения чужим языком.

Возможно, что это так. Но, с другой стороны, не виновата ли в сложившемся положении наша легендарная лень? А, может быть, всё дело в убеждении, что, раз уж география не нужна, коли извозчики до места довезут, то и языки учить незачем, если кругом переводчиков пруд пруди?

Меня беспокоит, что многие ученики не испытывают интереса к самой сути нашего предмета – к тому, как устроен иностранный язык, как он работает, и как можно усвоить его наиболее рациональным и интересным способом.

Об устройстве языка можно говорить и писать бесконечно много. Ну, например, нельзя сводить всю проблематику только к усвоению словаря (подобно тому, как это делал Комиссар из книги Б. Полевого «Повесть о настоящем человеке», тем более что цель его усилий состояла вовсе не в усвоении немецкого языка).

Кроме знания слов, учащийся должен научиться понимать и строить предложения, поскольку они являются структурными единицами языка. Правила, по которым образуются и сочетаются между собой слова и предложения, принято называть грамматическими. Интересная вещь: каждый человек успешно пользуется родным языком, а, значит, и его грамматикой;

однако попытки разобраться в ней и, тем более, выучить грамматику другого языка, обычно вызывают серьёзные трудности. (Не потому ли многие школьники так боятся ЕГЭ?). Авторы зарубежных учебников иностранных языков – честь им и хвала! – прилагают большие усилия по разъяснению структурных особенностей своих языков. Однако плод такого учения не всегда сладок, ведь чтобы понять инструкции на английском языке, надо сначала усвоить английский язык. Для многих учащихся это – непосильный труд. Справиться с бедой поможет русский язык, бесценный опыт обращения с ним. Опора на этот опыт, а также усилия по выявлению своеобразной логики иноязычной грамматики, выделение её ключевых элементов и их осмысление с точки зрения русскоязычного человека – всё это таит бесценные резервы для тех, кто хочет осознанно овладеть новым средством общения.

Итак, успешно овладеть чужим языком поможет механизм сравнения его с родным языком. Например, в основе русскоязычного понятия «страхование» лежит «страх, опасение, как бы чего не вышло», а аналогичный английский термин «insurance» базируется на том соображении, что лучше не дожидаться беды, обезопасить себя (to insure). Видимо, в этих словах отражена вековая мудрость народов, отлита их историческая судьба: русский человек предпочтёт ожидать, пока гром не грянет, в то время как англичанин предпримет меры по недопущению беды.

При сравнении двух высказываний «Никогда никому ничего об этом не говори!» и «You shouldn't ever tell anything about it to anybody» мы видим, что англичанину достаточно одного отрицания, в то время как русскому и четырёх мало, и он употребил бы пятое, если бы предложение не закончилось.

Если русскому для того, чтобы выразить пожелание или опасение, достаточно к глаголу в форме прошедшего времени добавить частицу «бы» («Ах, как бы дожить бы до свадьбы – женитьбы!»), англичанину или немцу приходится долго копаться в сложной системе условных предложений (надо знать, например, состоялось ли уже событие или только планируется, насколько оно осуществимо и т.п.).

Все эти тонкости могут кому-то показаться очень несущественными, но практика показывает, что пренебрежение ими чревато последствиями.

Талантливая мадьярка Като Ломб, автор популярной книги «Как я изучаю иностранные языки», описывает приключившийся с ней случай следующим образом. Поскольку она изучила русский язык самостоятельно (венгры почему-то не очень любят чужие языки и русский у них не популярен), она не знала, откуда взялись многие русские образные выражения. И случился конфуз: во время проводов официальной делегации из Советского Союза в аэропорту Будапешта она вместо «Счастливого пути!» пожелала русским: «Скатертью дорога!». Скандал с трудом удалось замять, учитывая непростые отношения между СССР и Венгрией.

У венгерки отсутствовали необходимые для перевода «фоновые» знания – осведомлённость об истории, культуре, традициях и обычаях другого народа, т.е. о том, что отражается в богатом наборе образных выражений.

1. Несомненно, что иностранные языки можно и нужно изучать, хотя меру своих усилий каждый определяет сам. Следовало бы всё таки иметь в виду, что в складывающейся системе международных отношений, в особенности экономических, возрастает роль самостоятельного пользования чужими языками. Причина понятна: зачем доверять детали разного рода обсуждений и согласований посторонним лицам – переводчикам?

2. Хотя иностранные языки изучать непросто, успеха можно добиться «на рельсах» мотивации и опоры на родной язык.

3. При овладении чужим языком дело пойдёт быстрее, если изучающий будет систематически накапливать знания из сферы истории, географии, культуры стран(ы) соответствующего языка.

4. И самое главное – не опускать руки, даже если удача заставит себя ждать. Дорогу осилит идущий!

## СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ДЕЗИНТЕГРАЦИЯ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Трансформационные процессы в российском обществе, осуществляющиеся в последние полтора десятилетия, являются по своей направленности и действенности сложными, противоречивыми и неоднозначными. Российское общество как социокультурная система – как единство ее социальной, культурной и личностной подсистем – оказалось более дифференцированным, сложным, динамичным и инновационным. Однако содержание и направленность социокультурных изменений остаются неопределенными, для их характеристики «применимо понятие *спонтанной трансформации* общественного устройства, ни генеральное направление, ни конечные результаты которого не предрешены» [1]. Несмотря на то, что социально-политическая ситуация за последние годы несколько улучшилась и преодолела тенденцию спада, кардинального перелома не произошло [2]. По данным исследования Фонда общественного мнения (ФОМ), три четверти опрошенных считают, что сегодня в нашем обществе преобладают разобщенность и несогласие. Социокультурное состояние современного российского общества многими исследователями оценивается в основном как негативное и описывается в таких терминах, как «*раскол*», «*кризис*», «*дезинтеграция*», «*дезорганизация*» [3].

Проблемы трансформации современного российского общества изучаются вузовскими и другими научными центрами. Среди многоплановых проблем трансформации российского общества постепенно оказывается их социокультурный аспект. В определении направленности изменений в постсоциалистических странах, считает Т.И. Заславская, первостепенную роль нужно усматривать в социокультурных сдвигах [4]. В условиях трансформирующегося российского общества, отмечает В.А. Ядов, приоритет в современных социальных теориях начинает переходить от структурно-системной и институциональной составляющих к социально-культурным и деятельностно-субъектным [5]. А.С. Ахиезер полагает, что анализ сложных социокультурных изменений требует нетрадиционной методологии, направляющей главное внимание исследователя на движущие силы социокультурной динамики [6]. Сегодня, когда необходимы знания о реальном потенциале общества к самосохранению и саморазвитию, жизненной задачей социальных наук является поиск интегративных механизмов, обеспечивающих воспроизводство социокультурной целостности общества.

Для изучения проблем социокультурной интеграции общества большое значение имеют исследования различных аспектов *социальных* процессов. Среди них, с точки зрения важности для анализа социокультурных проблем общества, нам представляются наиболее интересными исследования *социальных сетей и социального капитала*. Сетевой анализ социальных систем дает возможность изучить тесноту социальных связей (контактов), в том числе коммуникативных, выявить характер этих связей (взаимное содействие или противодействие, доверие или недоверие, изолированность или открытость).

Изучаются процессы социокультурного воспроизводства современного российского общества. Социокультурные проблемы в процессе общения приобретают форму собственно *проблем* функционирования и развития самой социокультурной *коммуникации* – как коммуникативные проблемы *понимания, доверия и согласия*.

Коммуникативная проблема *понимания* заключается в том, что участники коммуникации, обсуждая мир смысло-значений, социальные роли и институты, не могут постигнуть их суть, или это постижение носит противоречивый, дискуссионный характер. Проблема понимания становится коммуникативным барьером в функционировании и развитии социокультурной системы.

На основе анализа данных всероссийских опросов, проведенных в последние годы ведущими научными центрами страны, социокультурная дезинтеграция современного российского общества анализируется в ее *институциональном, ролевом и смысловом* аспектах. Современная ситуация в российском обществе, определяемая социологами как нестабильность социальных

трансформаций, приобретает черты социокультурного кризиса при неспособности общества возвращаться в состояние равновесия; при этом эта неспособность приобретает хронический характер (неравновесие социокультурной системы переходит не в равновесное, а вновь в неравновесное состояние). Это состояние воспроизводится в том случае, когда социокультурная дифференциация не сопровождается интеграцией системы.

Иными словами, социокультурная *дезинтеграция* есть *дифференциация* социокультурной системы *без ее интеграции*. В современном российском обществе (как и в любом современном, в том числе и стабильном обществе) действуют не только дезинтеграционные, но и интеграционные процессы. Но неравновесное положение приобретает «хронический», непреходящий характер в том случае, когда интеграционные процессы не способны нейтрализовать следствия дезинтеграции, а интегративные звенья в значительной степени утрачивают свою действенность.

Следствием социокультурной дезинтеграции становятся тенденции к делегитимации социальных институтов (проявления *институционального* кризиса), конфликтности социальных и личностных ожиданий (проявления *ролевого* кризиса), утрата личностного смысла (проявления *смыслового* кризиса).

В результате социокультурная дезинтеграция общества приобретает форму кризиса социокультурной идентичности общества [7]. Кризис существует как кризис идентичности личности, кризис идентичности социальных систем и кризис идентичности культуры на макро-, мезо- и микро-уровнях общественной жизни. Российское общество как социальная система в результате внешней интервенции и внутренней дезинтеграции может утратить свою идентичность (тождественность самому себе), если окажется неспособным отождествить себя с российским типом личности и российской культурой. Российская культура может потерять свою идентичность, если окажется неспособной отождествлять себя с личностью россиян, с российским обществом. Личность утрачивает свою идентичность без отождествления себя с обществом и культурой. Эмпирически различить социальную, культурную и индивидуальную идентичность практически невозможно – в реальности мы имеем дело с взаимосвязанной и целостной социокультурной идентичностью, фиксируемой исследованиями как идентичность личности. Кризис идентичности личности, приобретая массовый, типичный характер, обуславливает кризис и социальной и культурной идентичности.

Для динамичного развития общества более существенное значение приобретает социокультурная идентификация, ориентированная на *будущее*. В российском обществе произошел социокультурный разрыв не только между прошлым и настоящим, но и между настоящим и будущим. Одним из проявлений кризисного состояния общества является высокий уровень тревожности, обусловленный неопределенностью будущего. Примером служит при всех прочих равных составляющих значительно меньшая продолжительность жизни россиян по сравнению с европейцами.

Кризис идентичности российского общества как социума и культурно-исторического типа находит свое отражение в том, что для многих людей российская цивилизация не ассоциируется ни с прошлым, ни с настоящим, ни с будущим. Идентификация «россиянин» также не стала господствующей [8]. Идентификация с будущим состоянием социальной системы и культуры возможна лишь тогда, когда человек видит свою личностную перспективу в контексте социокультурного развития общества. Социокультурная идентификация, не ориентированная на социальную, культурную и личностную перспективу, становится тупиковой.

Кризис идентичности проявляется в разрыве между социальной, культурной и само-идентификацией и не только в будущем, но и в *настоящем*. Разрыв в социокультурной идентичности – между социальной, культурной и само-идентичностью, между прошлым, настоящим и будущим в идентификационных ориентациях образует разрыв и в социокультурном воспроизводстве общества в целом, поскольку социальная система и культура воспроизводятся, в конечном счете, на базе социокультурной идентичности личности.

Социокультурная интеграция общества, на наш взгляд, должна строиться на основе последовательного решения его проблем, а также предполагает восстановление институционализации связей. В первую очередь, с общественностью – их превращения в неотъемлемую часть государственного, муниципального, корпоративного управления, в самостоятельную (вне рамок направления журналистики) программу высшего профессионального образования, а также становления социальной коммуникативистики в качестве научной специальности, что позволило бы на высоком уровне прогнозировать и разрешать перечисленные проблемы.

### ***Библиографический список***

1. Заславская, Т.И. Современное российское общество: Социальный механизм трансформации / Т.И. Заславская. – М., 2004. С.197.
2. По данным мониторинга ИСПИ РАН «Как живешь, Россия?». См.: Левашов В.К. Гражданское общество и демократическое государство в России // Социологические исследования. 2006. №1. С.19.
3. Социальная разобщенность: дискурс и практика // [http://bd.fom.ru/report/cat/societas/civil\\_society/d030127](http://bd.fom.ru/report/cat/societas/civil_society/d030127)
4. Заславская, Т.И. Трансформационный процесс в России // Социальная траектория реформируемой России. – Новосибирск, 1999. С 151.
5. Ядов, В.А. Россия как трансформирующееся общество: резюме многолетней дискуссии социологов // Куда идет Россия. – М., 2000. С. 383-387.
6. Ахиезер, А.С. Россия: критика исторического опыта (Социокультурная динамика России). Т. I: От прошлого к будущему. 2-е изд. Новосибирск: Сибирский хронограф, 1998. С.780-782.
7. Поздеева, С.М. Российское общество в условиях модернизации (социально-философский анализ) / С.М. Поздеева. - Уфа, 1998.
8. Данилова, Е.Н. Гражданские и этнические идентификации в России и Польше // Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России. - М., 2006.

***А.В. Кислова***

### **ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДНЕСЕНИЯ НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИХ ИДЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

Сегодня самым мощным, действенным и, наверное, самым простым средством коммуникации является Интернет. Задумывавшийся во благо, в наши дни он представляет, скорее всего, огромную свалку информации различного толка: начиная с добрых детских книжек, заканчивая совсем недобрыми видеороликами с расправами расистов над «чужими». В поисковике по запросу «националисты» предлагается около 5 млн ссылок.

И самое страшное, что проблема не в том, что информации этноцентрического характера стало очень много, а в том, что информация эта стала, к сожалению, очень качественной. Книжки по продвижению, рекламе и позиционированию сейчас доступны, а лидеры национальных движения все таки не зря увлеклись прочтением данной литературы. Как бы ни печально было это осознавать, но научились и движения националистов создавать безупречные лозунги, писать безукоризненные программы, брать на вооружение символику действительно со смыслом. Даже «внутрикорпоративный» PR на приличном уровне: тут тебе и карьерная лестница с возможностью открытия местных и региональных отделов и совместные вылазки на природу в виде боевых тренировок, тут тебе и сплочение во время Русских Маршей.

Вот некоторые из наиболее популярных в сети сайтов националистического характера. Сайт Северного Братства ([www.nordrus.ru](http://www.nordrus.ru)) предлагает нам Программу НОРНа (национального освобождения русского народа). Программа эта представляет собой до мелочей проработанный стратегический план ведения национальной освободительной войны русскими радикалами. Создатель этого манифеста - ведущий научный сотрудник Института системного анализа РАН, учёный и системный аналитик, автор многочисленных книг – Петр Михайлович Хомяков. На



сайте данного движения нет выкриков о безусловном превосходстве русских, нет призывов к физическому истреблению «чужих», а достаточно логичные и убедительные доводы о необходимости защиты национальных интересов интеллектуальными способами. Трудно среднестатистическому националисту, который обычно не понимает психологии своих стремлений устоять перед таким количеством чинов лидера движения, перед изобилующими на сайте цитатами «Великих», перед возможностью проявить себя на самых разнообразных поприщах, предлагаемых данным движением.

Поражает своим цинизмом сайт – [www.rus-imperia.info](http://www.rus-imperia.info), принадлежащий Русскому Имперскому Движению. Оно избрало для себя коварную, но в тоже время беспримысленную политику прикрытия православной церковью. К своим задачам там относят: «защиту интересов русского народа и борьбу с церковными ересями». Избрание данной концепции еще раз доказывает нам отчасти осведомленность лидеров движения о слабых местах русского народа. «Где церковь – там истина», скажет молодой человек и без особых душевных мук и страданий станет способен совершить самый страшный грех, который церковь осуждает – убийство.

В Интернете существует еще множество различных движений националистов: Русский национальный союз([www.rons.ru](http://www.rons.ru)), AntiFa ([www.nso-korpus.info](http://www.nso-korpus.info)), Национальная Державная Партия России([www.ndpr.ru](http://www.ndpr.ru)) и все они дружат, и все они дают ссылки на «братские» движения и у всех у них есть партийная пресса, также распространяемая в Интернет, огромное количество литературы и даже музыка. Глобальная сеть дает нам уникальный шанс получить это просто, быстро и свободно. А лидеры националдвижений научились подавать информацию «вкусно», умно, профессионально, научились грамотно организовывать информационное пространство для своих, так, что иногда на секунду и сам начинаешь задумываться о сторонности своих этнических взглядов.

*В.И. Власов*

## **СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА РОССИИ**

В современном мире происходит стремительный рост новых информационных технологий, технических и технологических решений в области коммуникаций. Однако по-прежнему является актуальной научная дискуссия об источниках и движущих силах этого роста, о тех социокультурных процессах, которые формируют духовный и социальный «заказ» развитию технологий и отвечают на новые технические решения социальными и культурными сдвигами.

К числу таких сдвигов можно отнести процесс расширения сетевых взаимодействий. Именно сетевые формы координации начинают разрушать массовое общество, делая его гетерогенным, приводя к нарушению единой аудитории, трансформируя публичную сферу. В информационном обществе доминируют уже не вертикальные, а множество горизонтальных источников информации. Эти множественные горизонтальные информационные потоки оказывают разрушающее действие на социальную структуру и иерархии, уже не дифференцируя, а размывая границы институтов, групп, общностей. Изображение такого общества можно представить в виде ромба, но все более и более приплюснутого с полюсов, теряющего свою графичность и четкость контуров. Социальная иерархия теряет свой смысл. Развиваются социальные сети и сетевая культура. Общество как бы возвращается в прошлое, в бесструктурную стадию. Но это только на первый взгляд: распадающиеся и «размывающиеся» структуры высвобождают творческую энергию индивидуумов, атомизируют общество, не упрощая, а еще более усложняя его. Так же усложняется и социокультурное пространство: добавляется информационное пространство социокультурных возможностей кодирования и тиражирования знания и виртуальное пространство — тотальное пространство симулякров, включаемое носителями сетевой культуры в свою обыденную, повседневную реальность.

Новые представления о мире и социуме проявляются в новых социальных формах и системах взаимодействий. К ним можно отнести следующие:

1. Сетевые взаимодействия: сетевые предприятия, сетевые методы управления, сетевые коммуникации в Интернете.

2. Усиление субъективизма: уменьшение интереса к сути вещей при гипертрофии образа, имиджа, знака, виртуальности.

3. Увеличение иррациональности. Практически полная исчерпанность рациональных ресурсов управления социальными процессами приводит к парадоксальным сочетаниям рационального и иррационального, оставаясь при этом предельно утилитарным.

4. Рост утилитаризма: возникает новый уровень потребностей и мотивации — виртуальный, где возникают потребности — симулякры и мотивы-симулякры. Это потребности в определенном имидже, во владении знаками и символами, во влиянии на имидж других людей, в овладении имиджевыми и пиаровскими технологиями.

5. Мозаичность культурных форм: эклектика, проявляющаяся не только в искусстве, но и практически во всех сферах социального бытия. Эклектичность онтологизируется, становится имманентной реальности.

6. Фрагментация культуры и социальной жизни. Она происходит одновременно с процессами глобализации, парадоксальным и эклектичным образом сочетаясь с ней. Все большее значение приобретают маргинальные культуры и слои, различные меньшинства, носители локальных взглядов и культур, развивается социальная гетерогенность.

7. Виртуализация культурных форм. Виртуальное пространство (пространство симулякров) продуцирует культурные формы по их созданию и их социальную востребованность. Появляется принципиально новая киберкультура, воплощающая в себе основные постсовременные культурные элементы.

Процессы социальной стратификации в информационном обществе тесно связаны с формированием новых культурных паттернов. Культура информационного общества сегодня носит противоречивый характер. С одной стороны, в ней существуют традиции общества модерна, идеалы развития, прогресса, науки. Но, с другой стороны, невозможность системного охвата с помощью рациональных, научных методов всего спектра проблем, противоречий и рисков приводит к дискредитации и разрушению многих социальных институтов, росту субъективности, иррационализма.

Исследование процессов формирования информационного общества в России сталкивается с проблемой определения сущности российского социума. Что представляет собой российское общество: страну «дикого капитализма», «индустриальное общество» или социум, находящийся на ранней стадии становления информационного, а стало быть, постиндустриального развития? Российское общество сегодня сочетает, на первый взгляд, несочетаемое: передовые промышленные технологии, высокий уровень образования большинства населения и явления архаизации, деиндустриализации. Россия, в определенном смысле, страна, в которой наиболее ярко прослеживаются черты постмодерна: мозаичность, фрагментарность культуры и социальной жизни, культурная имитация и симуляция, виртуализация многих понятий. И в то же время Россия далека от моделей информационно-постиндустриального общества, которые сложились на Западе.

Стремление догнать Запад в построении информационного общества чревато серьезными угрозами. Информационное общество — это не только новые преимущества, но и новые вызовы и опасности. Развитие информационно-коммуникационных технологий не должно приводить к еще большей поляризации социума, стабилизировать информационное неравенство. Ведь информационное общество — это не только общество, в котором широкое развитие получили средства ИКТ, но и решены многие социально-экономические проблемы: высок уровень жизни, доступны широким слоям населения качественное здравоохранение, образование, социальная помощь, услуги; высокого уровня достигли управленческие технологии, как в экономике, так и в социальной сфере. Если внедрение ИКТ намного опережает развитие трудовой и управленческой культуры, то «автоматизировать приходится хаос».

Таким образом, информационные технологии могут качественно повысить эффективность управленческих процессов, экономических и социальных отношений, если они

уже достаточно эффективны, если достигли определенного порогового уровня культуры. Ведь информатизация — это только эффективный способ кодирования, тиражирования и передачи знания, а для того чтобы обладать этим знанием, необходимо сформировать институциональные системы по его производству и социальному распределению.

Развитие информационного общества ставит новые задачи перед системами государственного и муниципального управления и, прежде всего, задачи содействия широкого распространения ИКТ, недопущения возникновения информационного неравенства и цифровой бедности.

#### ***Библиографический список***

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество/ Д. Белл. -Москва: Академия, 1999.
2. Березин, В. М. Сущность и реальность массовой коммуникации: монография/ В.М. Березин. - М., 2002.
3. Кастельс, М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / М. Кастельс. - М., 2000.
4. Скворцов, Л. В. Россия: проблема духовности и информационная культура // Культурология. М., 2000.
5. Тоффлер, Э. Третья волна / Э.Тоффлер. - М.: АСТ, 1999. — 784 с.

***В.А. Кориунова, В.М. Смирнова***

### **ИНТЕГРАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ НАУК. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЭКОЛОГИИ, БИОТЕХНОЛОГИИ И ФИЛОСОФИИ**

*Дорога цивилизации  
вымощена консервными банками  
Альберто Моравио*

Сегодня самый острый вопрос для человечества – это вопрос о наступлении экологической катастрофы. Человек всегда зависел и будет зависеть от природы. Она дает ему самое необходимое для его жизни – дом, пищу, тепло, свет и др.

По мере развития социоприродной экосистемы меняются не только отношения общества и природы, но и отношения внутри общества – между людьми. Каждый человек приобретает все больше черт своеобразия, в большей степени становится индивидуальностью, развивает самостоятельность своего поведения, свою свободу.

Стремление к свободе присуще человеку. Но что значит свобода с точки зрения экологии? Свобода – это преодоление зависимости, «разрывание цепей», сковывающих человеческую активность. Человек – существо биосоциальное. Он зависит и от природы, и от общества. Однако стремление к свободе нередко мешает осознанию этой неизбежной зависимости. В результате человек обрывает или нарушает связи, благодаря которым воспроизводится экосистема и он сам как ее часть. Сам человек является главной причиной антропологического и техногенного кризиса.

40% смертей в мире связаны с экологическими проблемами. Поэтому очень важно вникнуть в суть проблемы и понять в чем же причина ухудшения окружающей среды. Всем известно, что случается с человеком, когда его лечат не от той болезни. То же самое может произойти с экологией. Существует много экологических проблем. Вот три основных проблемы, которые, в свою очередь, можно назвать ответом природы человеку. Природа борется с нами теми же способами, какими мы ее уничтожаем.

*Экологическая проблема 1.* Загрязнение воздуха ядовитыми выбросами в атмосферу вызывают рак, нарушения работы иммунной системы. Это убивает около трех миллионов человек в год. Действительно, ситуация вокруг нас угнетающая, но люди привыкли жить сегодняшним днем и мало есть влиятельных энтузиастов, кто смог бы остановить работу фабрик или пустить в обиход новейшие разработки экологического топлива для транспорта...

*Экологическая проблема 2.* Загрязнение воды приводит к размножению малярийных комаров, из-за чего ежегодно умирает около двух миллионов человек. Нехватку чистой воды испытывают более миллиарда человек при том, что 80 процентов всех инфекционных заболеваний передается через воду.

*Экологическая проблема 3.* Загрязнение и опустошение почвы приводит к тому, что отравляющие вещества поглощаются человеком вместе с пищей и водой. Нарушение пищеварения гарантированно.

Сегодня человечество приходит к пониманию зависимости собственного благополучия от благополучия каждой части экосистемы, к осознанию неприемлемости управления экосистемой лишь в эгоистически понятых интересах людей за счет эксплуатации природы. Очевидно, что изменение стратегии управления не только потребует от человечества больших материальных и интеллектуальных усилий, но и неизбежно приведет к определенному сокращению объемов производства, что потребует от людей изменения их образа жизни и структуры потребления. Сама структура должна стать природосообразной. Это касается и питания, и одежды, и потребления энергии, отразится на стиле общения, труда, проживания.

Выход из ситуации – интеграция наук: экологии, биотехнологии и философии. Задача экологии – искать и предлагать такие способы воздействия на окружающую среду, которые бы не только предотвратили катастрофические последствия, но и позволили бы существенно улучшить биологические и социальные условия развития человека и всего живого на Земле. Биотехнология – комплекс естественных и инженерных наук, позволяющая наиболее полно реализовать возможности живых организмов или их производные для создания и модификации продуктов или процессов различного назначения. Основная и главная задача биотехнологии в интеграции наук – реализация способов воздействия на окружающую среду, которые будут минимизировать результаты человеческого неуважения к природе. Объекты биотехнологии – микроорганизмы, животные и растительные клетки.

Достоинства объектов биотехнологии:

1) клетки являются своего рода «биофабриками», вырабатывающими в процессе жизнедеятельности разнообразные ценные продукты: белки, жиры, углеводы, витамины, нуклеиновые кислоты, аминокислоты, антибиотики, гормоны, антитела, антигены, ферменты, спирты и пр. Многие из этих продуктов, крайне необходимые в жизни человека, пока недоступны для получения «небиотехнологическими» способами из-за дефицитности или высокой стоимости сырья или же сложности технологических процессов;

2) клетки чрезвычайно быстро воспроизводятся. В процессе жизнедеятельности клеток при их выращивании в среду поступает большое количество ценных продуктов, а сами клетки представляют собой кладовые этих продуктов;

3) биосинтез сложных веществ значительно экономичнее и технологически доступнее, чем химический синтез;

4) наличие соответствующего технологического оборудования, доступность сырья, технологии переработки.

Современный мир нуждается не только в науке и технике, но и во внимании философии, которая может помочь достичь единства человека и природы.

Философия может помочь решению экологических проблем в различных направлениях, т.к. стимулирует формирования нового общественного сознания, ориентированного потребностью преодоления экологических противоречий, способствует преодолению ограниченности частных научных позиций, односторонности духовно-практических ориентаций человека в его взаимоотношениях с природой. Философское осмысление экологической ситуации могло бы помочь формированию общеметодологических принципов анализа и решения проблем. Итогом всего сказанного является фраза, сказанная индийским вождём XIX века: «Люби землю. Она не унаследована тобой у твоих родителей, она одолжена тобой у твоих детей».

### *Библиографический список*

1. Территория завтра. Сентябрь – октябрь, 2008, №7. – стр.71
2. Территория завтра. Февраль – март, 2008. – стр.40-41.
3. Миркин, Б.М., Наумова, Л.Г. Экология России / Б.М. Миркин, Л.Г. Наумова. - М.: Устойчивый мир, 200. – 272 с.

*Е.А. Смирнова, О.В. Храмцова*

### **ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ ИММИГРАНТОВ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

Миграция населения - это не только простое механическое передвижение людей, но и сложный общественный процесс, затрагивающий многие стороны социально-экономической и культурной жизни целых народов.

Миграции приводят к изменениям половозрастной и социальной структуры населения в районах, откуда мигранты уезжают и куда приезжают. Возрастной состав мигрантов таков: примерно две трети - люди до 30 лет. Это молодежь, которая получает образование, начинает работать, ищет лучшее место для карьеры, обзаводится семьей. После 30 лет (в некоторых случаях - после 35) мобильность населения резко падает. В период, когда люди делают карьеру, а их дети учатся в школе, они предпочитают без крайней необходимости с места на место не переезжать. Мобильность несколько возрастает в предпенсионных и первых пенсионных возрастах, когда пожилые едут к месту жительства детей, а за рубежом, как правило, в экологически более чистые регионы.

Миграции способствуют территориальному перераспределению населения и трудовых ресурсов, влияют на уровень социально-экономического развития регионов. Приток кадров в районы освоения позволяет развивать в них не только сырьевые, но и технически более сложные производства по глубокой комплексной переработке добываемого сырья. Создаваемые переселенцами новые города, промышленные объекты, сельскохозяйственные предприятия повышают экономический потенциал территории.

Вместе с тем неорганизованный приток мигрантов в районы с низким уровнем и медленными темпами социально-экономического развития приводит к ухудшению материальных и культурно-бытовых условий жизни населения в этих районах, обуславливает плохую приживаемость новоселов и текучесть населения. В случаях приезда вынужденных мигрантов требуются дополнительные расходы со стороны государства и местных бюджетов на их обустройство, организацию новых рабочих мест, строительство объектов социальной инфраструктуры.

Однако отлаженной системы адаптации приезжих не существует: мало культурных центров, национальных школ, отсутствует система мотивации мигрантов к освоению русской культуры и в то же время не уделяется должное внимание к формированию лояльности коренного населения.

Это порождает ряд проблем.

Во-первых, мигранты, не заинтересованные в знакомстве с местными традициями, сталкиваются с ксенофобией. Русские с раздражением относятся к «понаехавшим», поскольку не понимают их культуры, воспринимают наплыв переселенцев как экспансию. Мигрантов, в свою очередь, в большинстве своем волнует лишь заработок.

Во-вторых, среди приезжих много нелегалов. Это затрудняет оценку реальных объемов миграции. Например, в настоящее время в Москве 1,35 млн зарегистрированных мигрантов и столько же проживают незаконно. Соответственно, сложнее спрогнозировать последствия и разработать систему поддержки переселенцев.

В-третьих, из-за отсутствия системы адаптации детей приезжих осложняется процесс их образования. Большинство из них слабо владеет русским языком, а многие не знают его вообще. Также отсутствуют достаточные для социализации знания об основах российского

законодательства, культуры и истории, традиций и норм поведения в быту, т.е. они не интегрированы в российское общество. Во многих среднеазиатских семьях в условиях нужды дети с малых лет работают наравне с родителями, они не ориентированы на обучение.

Таким образом, необходимо сформировать комплекс мер по ассимиляции приезжих. Для этого полезно ознакомиться с опытом зарубежных стран. Во Франции лучшей адаптацией считается свободное погружение в языковую среду. В США, например, не предусмотрено никакой адаптации, а дети мигрантов направляются в обычные общеобразовательные школы. В Швеции, где проживает больше миллиона иммигрантов (все население страны насчитывает 9 млн человек), в каждой коммуне (районе) открыты бесплатные курсы не только по шведскому, но и по английскому языку. В России необходима ассимиляция переселенцев с целью уменьшения межнациональной неприязни и сокращения межрасовых конфликтов. Она должна включать в себя как работу с приезжими, так и с коренным населением. По примеру Швеции необходимо создавать центры, в которых будут организованы бесплатные курсы русского языка и культуры, через СМИ прививать лояльность коренного населения к приезжим. Это поможет сохранить целостность и уникальность национальностей, и одновременно перенять все самое лучшее, обеспечить дружественный межкультурный диалог.

# ОНТОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИЙ

---

**Председатель:** К.Г. Мальцев, доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой «Методология, история и философия науки»

**Заместитель председателя:** В.И. Казакова, кандидат философских наук, доцент кафедры «Методология, история и философия науки»

**Ответственный секретарь:** А. Кузнецова, PR-менеджер газеты «Московский Комсомолец в Нижнем Новгороде», студентка ФКТ

*К.Г. Мальцев*

## ОНТОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИЙ КАК КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОСНОВА СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ

Первый вопрос, задаваемый бытию, есть по определению самый сложный и неразрешимый. Последующий путь взаимодействия между умом и вещами может в данном ракурсе рассматриваться как нисхождение. В стремлении установить равновесие между порядком мысли и порядком мира понятие подвергается усреднению или абсолютизации, вульгаризируется или предаётся забвению. Исходная точка отсчёта, когда нечто становится «желанным для мысли», обращающая нас к сущности того, что нас ещё не интересовало, обозначает нечто как явление и задаёт его как проблему [1]. Общество вообще становится предметом мысли в период, неблагоприятный для человеческой повседневности, когда мы начинаем переживать его как искусственное образование, когда невозможность чёткого разграничения его от естественного становится столь же очевидной, как и невыносимая сложность различения их в действительности. Для социальных дискурсов коммуникативистики данное различие становится принципиально важным. Будучи, по сути своей, онтологической проблемой, демаркация искусственного и естественного рассматривается сейчас в контексте нравственных и эстетических ценностно-целевых ориентиров. Этот поворот к культурно-антропологическому осмыслению вполне закономерен в ситуации, когда перед самим человеком встала реальная перспектива отделения от органической среды. Не в силах провести чёткую границу природного и внеприродного в самих себе, мы испытываем ещё большие затруднения в проведении подобной линии в окружающей нас действительности; концептуальный анализ порождает бесперспективные понятия «естественно-искусственного» и «искусственно-естественного», их «недалёкое единообразие» не только не ведёт к целостности осмысления, но, напротив, уводит вдаль от решения проблем. В сфере коммуникативистики данная проблема обозначена наиболее остро, поскольку современное общество, где информация является ресурсом власти, есть, в первую очередь, общество коммуникации. По образному выражению Д. Белла, постиндустриальная стадия социальной эволюции – «игра» человека с человеком [2]. Соглашаясь по сути с этим определением, поставим, тем не менее, под сомнение адекватность применения к данному случаю понятия «игры». На наш взгляд, оно является одним из способов реализации той демонстративной несерьёзности в отношении к миру, который воплощён в феноменах иронии, молчания, отрешённости – во всём многообразии способов реакции на пустоту, которые выработаны современным человеком. Эта пустота была ранее заполнена интенсивностью взаимодействия человека с природой, её познанием, преобразованием, которые давали возможность совершенствования взаимодействий между самими людьми. То, что сейчас называют коммуникацией, есть попытка восстановить – искусственно воссоздать то, что уже бесконечно, во многих отношениях непоправимо,

разрушено. Вызванный этим диссонанс кажется приговором, поскольку распад естественных гармоничных взаимоотношений традиционного общества – рекомбинация живого – невозможен, невероятен [3]. И, тем не менее, современный человек конструирует социальную реальность так, как если бы это было возможно, мысль преодолевает жизнь – и становится предметом себя самой. Заданный Н. Луманом дискурс «невероятности» коммуникации обозначился как аристотелевское удивление, помещающее нечто в сферу мысли. Удивление коммуникации – удивление нашей невозможности жить без невероятного, несовместимости наших мыслей и наших действий – иррациональных и всё чаще обнаруживающих свои бессознательные истоки. В ещё большей мере удивительно то, что невероятное стало в обществе знания первоочередным условием выживания человека, вынужденного разрываться между стремительным усложнением знания и чудовищным упрощением общества. В связи с этим коммуникация как объект исследования должна быть соотнесена с непрерывно возобновляющейся рефлексивной отнесенностью с другим человеком, с осознанием себя как личности, постоянным обогащением собственного опыта, «открытием» в себе мира других людей. Для понимания современной действительности принципиально важен акцент на повседневное сознание человека в естественной установке, круг его переживаний в жизненном мире. Интерсубъективная интерпретация окружающего мира, заложенная в основе всех форм социальных коммуникаций, может быть прояснена только в онтологическом ключе, через современный поиск социальной и исторической идентичности.

Онтология коммуникаций – само по себе чрезвычайно дискуссионное понятийное сочетание, применительно к современной социальной реальности оно может быть оправдано уважением к любой концептуализации мысли в условиях дефицита теории. Мышление, уставшее от идеологий и утопий, сочло сомнительную концептуальную свободу меньшим злом по сравнению с дисциплиной метода, но сетовать на уже свершившееся бессмысленно. Понятия, как и люди, не могут выбирать время, «коммуникация» формирует своё проблемное поле в незадачливо наступивший «век социальных наук», когда она вынуждена размениваться на плюрализм «коммуникативистики», «коммуникологии», бесчисленных аббревиатур растущего числа академических дисциплин, не вносящих никакого нового содержания. Можно сказать, что этот конгломерат в известной мере столь же нелеп и невероятен, как и сама коммуникация – попытка рекомбинации системы. Романтика недосказанности «Medium is message», уводящая дискурс в сторону художественного осмысления, в подобных условиях является, возможно, лучшей альтернативой для мысли [4]. Коммуникативное средство как сообщение, конституирующее жизненный мир, перенесение акцента с разграничиваемого на разграничивающее – здесь удивление коммуникации отнесено к пространству культуры. Полицентричность современного мира сопровождается распадом, расчленением, разъятием смысла. Коммуникация из вспомогательного инструмента превращается в способ человеческого бытия-в-мире. Подобно объекту исследования неклассической физики, человек утратил возможность быть реальным вне контекста своих взаимодействий; как и в субатомной реальности, наш онтологический статус остаётся неопределённым, каким бы характером это взаимодействие ни было наделено.

Может ли онтология в данных условиях, как в прежние времена, говорить о «призванном к существованию» – вопрос, переносимый сейчас в сферу художественного осмысления социального мира. Показательно, что одна из лучших книг о природе коммуникации, намного опередившая своё время, была написана учителем литературы, которому яркие книжные образы помогли высветить тенденции развития коммуникативных технологий. Эстетизация выступает здесь определённой реакцией на девальвацию смысла [5]. Делая объектом онтологического анализа сиюминутность интерсубъективной проблематики, мы не можем избежать некоторого огрубления и даже вульгаризации мысли, тем не менее, мы произносим «онтология коммуникаций» – поскольку времена не выбирают не только понятия, но и люди.

#### ***Библиографический список***

1. Хайдеггер, М. Время и бытие: Статьи и выступления / М. Хайдеггер. – М.: Республика, 1993. – 447 с.



2. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. – М.: Академия, 1999. – 782 с.
3. Луман, Н. Невероятность коммуникации [Электронный ресурс] / Н. Луман. – режим доступа [http://www.soc.pu.ru/publications/pts/luman\\_c.html](http://www.soc.pu.ru/publications/pts/luman_c.html).
4. Маклюэн, Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн. – М.: Кучково поле, 2007. – 464 с.
5. Костина, О.В. Онтология коммуникаций / О.В. Костина. – Саратов: изд-во Саратовского университета, 2004. – 156с.

**А.Н. Фатенков**

## **К ФИЛОСОФИИ СУБЪЕКТА: СЛУЧАЙ М. ХАЙДЕГГЕРА**

Нововременная философия субъекта усилиями немецких классиков получает видовое различие в зависимости от того, на какую способность своего предмета мысли она делает акцент. Так обнаруживаются конкурирующие между собой *философия трансценденции* (кантианство) и *философия возвращения* (гегельянство). Первая, наполненная пафосом критицизма, подчёркивает ограниченность, ущербность налично данного, эмпирического субъекта, его недовольство собой и тягу к иному. Выйти из себя, чтобы присоединиться к другому, слиться с ним, – таков её совет человеку и человечеству. Вольно или невольно она заигрывает с потусторонним, приобретая религиозные или квазирелигиозные черты. Вторая вовсе не нуждается в трансцендентном (но не в трансцендентальном и, разумеется, не в трансцендирующем), открыто заявляя о «смерти Бога» или исподволь демонстрируя ненужность, избыточность Его существования как непознаваемой и онтологически недостижимой вещи-самой-по-себе. Преодолевая себя, к себе же и возвращаться – рекомендует она людям. Консерватизм, в лучших своих образцах творческий и жизнеутверждающий, адекватно выражает её дух.

Отталкиваясь от столпов немецкой философской классики, К. Маркс и Ф. Ницше, Э. Гуссерль и М. Хайдеггер, другие именитые интеллектуалы – (к)то с большим, (к)то с меньшим успехом – пытались метафизически усилить обе или одну из идей в паре «трансценденция» – «возвращение» и осуществить на новой основе их неординарный синтез. Последнее не исключало появления кентаврических интеллигибельных структур.

Оппонируя Э. Гуссерлю, М. Хайдеггер не доверяет науке: она проходит мимо бытия; она не мыслит, а исчисляет. Им отвергаются притязания общезначимости: чтобы быть строгим, мышление, наоборот, должно вращаться в стихии многозначности. Его тревожат плоды коммуникации: они скрадывают дистанцию, сберегающую иерархический, аристократический мир. Данные тезисы хрестоматийны для хайдеггерианы и не нуждаются в цитатной поддержке. Идеи трансценденции и возвращения сплетены у немецкого философа в куда более замысловатый клубок. В ранних работах он пристальнее всматривается в первую. Для него там трансценденция, понимаемая как «превосхождение», совпадает с «существом субъекта», с «бытием-в-мире». Её, что весьма важно, «можно раскрыть и уловить не через бегство в объективное, но единственно через постоянно возобновляемую онтологическую интерпретацию субъективности субъекта, работающую настолько же в направлении противоположном «субъективизму», насколько вынужденную отказать в следовании «объективизму» [1, с. 206]. С далеко идущими последствиями М. Хайдеггер уравнивает трансцендентное с трансцендирующим, ставя их – привычно – рангом выше трансцендентального. Здесь его послышки логически противны гуссерлевским. И в том смысле, что трансцендентное онтологически первичнее трансцендентального, и в том – что иерархия безусловно сильнее и ценнее корреляции, координации, дополнительности. По М. Хайдеггеру, мир, как сущее, не есть ещё бытие; мир не обладает бытийностью, а обретает её, встраиваясь во вызывающую к нему трансцендентно-трансцендирующую структуру. Называть трансцендентным то, во что или куда совершается перешагивание, немецкий метафизик не рекомендует. Трансцендентным он именует пребывающее в превосходении, осуществляющее его. Трансцендирующим, таким

образом, оказывается в первую очередь изначально «потусторонний» себе и другим субъект, шествующий в мир, а не бегущий из мира в потусторонность. Но что это за мир? Природный? Социальный? Внутренний мир бытийствующего субъекта? Последний случай, прочитанный антропологически, предстаёт аутентично экзистенциалистским. Человек, укрываясь в мире собственных переживаний, остаётся в то же самое время чуждым этому и всем другим мирам. Он всегда свой-чужой строю жизни. Чаше – посторонний.

«Зрелого» М. Хайдеггера тяготит безысходность, бесперспективность самодетствующего потока сознания. Стремясь опереться на нечто более прочное, нежели переживаемое в себе одиночество, он совершает *поворот*: не к социальности, на что французских экзистенциалистов-сопротивленцев сподвигли условия внешней агрессии и оккупации, а к природе, к *гению места*, который германские политики вознамерились безответственно развеять, лишив сосредоточенности, по окрестным и чужим краям, а толпа социализированных индивидов фанатично поддержала их в этом бездарном начинании. Сделанному выбору поспособствовала увлечённость М. Хайдеггера гилозоистической греческой натурфилософией. Такая ангажированность не могла сложиться вне пространственного, не временного, стиля мышления. Нелепо игнорировать очарованность временем, когда соответствующий термин выносится интеллектуалом в заглавия нескольких своих работ. Однако в пафосе «Времени и бытия», по крайней мере, трудно уловить превознесение хроноса. Да, время, как и бытие, не есть (лишь) сущее; но бытие, как бесценная реальность, не есть ни время, ни нечто временное. Не станем оговаривать, как можно «овременить» пространство, а времени придать пространственные черты, и к какой из двух метаморфоз склоняется герой наших рассуждений. Сошлёмся на его прямое заявление и удовлетворимся этой прямоотой: «...за пространством, по-видимому, нет уже больше ничего, к чему его можно было бы ещё возводить. От него нельзя отвлечься, перейдя к чему-то другому» [2, с. 313]. Пространство, простор, местность, ландшафт, а в сопряжении с ними бытие и событие, экзистенция и возвращение, – однопорядковые реалии. Раскрыть характер взаимосвязи между ними – вот где оголяется нерв хайдеггеровской философии. На категориальном уровне задача почти невыполнима. Нельзя апеллировать ни к жёсткой субординации и однозначной причинно-следственной детерминации – они не способны вывести нас за рамки «логики мщения», ни к координации – она онтологически легковесна. Смешно давать советы мастеру. Для себя же попытаемся решить в первом приближении очерченную проблему обращением к идее подвижной, пластичной иерархии [3].

М. Хайдеггер, с опаской относясь к соблазнам профессиональной камерности, обращается за помощью, и небезуспешно, не в ущерб логике, к языку поэтики и обыденной речи. Его зарисовки показывают и несофистически убеждают, что только в просторе, например, «даёт о себе знать и вместе с тем таится событие» [2, с. 314], которое «есть прозрение, возвращающее вещи их сути» [4, с. 257]. Если истинная философия есть философия субъекта, т.е. прежде всего онтология (и только после неё – гносеология), наделяющая бытие субъектными качествами, а бытийствующий субъект есть по преимуществу существо волящее (и только «потом» – мыслящее: не мышление волит – воля осмысливается), то, действительно, «вечное возвращение того же самого есть высший триумф метафизики воли, которая вечно хочет своего собственного воления... и в этом волении самой себя является своим собственным основанием» [5, с. 92]. Формально безупречная выкладка страдает, однако, саднящим содержательным изъяном: независимостью от человека, безразличием к нему. Защищая себя, мы «инстинктивно» антропологизируем онтологию. И тогда событие, скажем, приоткрывается как такое возвращение бытия к самому себе, при котором присутствует безразличный (к) бытию, непосторонний ему человек. Осенний листопад и подснежник в мартовской прогалине – событие для человека живущего и периодическое явление для существа познающего. Встреча людей становится событием, не банальным контактом, только в бытийно поджидающем их месте. Я могу встретиться с другом, пожалуй, когда угодно, но не где угодно. И даже самому близкому человеку я не открою, наверное, то место, возвращаясь в которое я оказываюсь один на один с миром и, там же, я и мир суть одно.

### **Библиографический список**

1. Хайдеггер, М. О существе основания / М. Хайдеггер. Что такое метафизика? – М.: Академический Проект, 2007. – С. 171-228.
2. Хайдеггер, М. Искусство и пространство // Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления. – М.: Республика, 1993. – С. 312-316.
3. Фатенков А.Н. Идея подвижной иерархии // Человек. 2007. № 2. С. 18-30; Фатенков А.Н. К онтологическим истокам идеи подвижной иерархии // Вопросы философии. 2008. № 5. С. 47-57.
4. Хайдеггер, М. Поворот // М. Хайдеггер Время и бытие: Статьи и выступления. – М.: Республика, 1993 С. 253-258.
5. Хайдеггер, М. Что зовётся мышлением? / М. Хайдеггер – М.: Академический Проект, 2007. – 351 с.

**В.А. Фортунатова**

### **КУЛЬТУРОЛОГИЯ МЕЖДУ ИНФОРМОЛОГИЕЙ И КОММУНИКОЛОГИЕЙ: ПАРАДОКСЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ**

Культурология базируется на совокупности знаний и сведений о культуре. В этом значении культурология информативно насыщенная научная дисциплина. К тому же ее сближает с информологией их знаково-символическая природа, а также тот факт, что обе научные сферы отражают сложные незамкнутые системы – культуру и информацию, порождающие особые духовные субстанции, принципиально открытые в современный мир.

Однако культурологии повезло несколько больше, чем информологии, поскольку ее пребывание в общественном сознании имеет более прочные корни и более устойчивые традиции. Есть и еще весьма существенные родовые различия. В культурологии акцентуирована связь с человеком, создателем и порождением культуры, информология – дитя научно-технического прогресса, поэтому в ней остается ведущей кибернетика как наука о процессах и системах управления в технических устройствах и живых организмах. Вопрос о том, насколько информационна сегодня та или иная наука, имеет обратную сторону - каковы гуманные основы информации, детерминирующие различные виды человеческой деятельности. Вопрос далеко не праздный и совсем не риторический, поскольку восприятие информации как враждебного ресурса современной культуры является актуальным и дискуссионным.

Когда-то Л.Толстой задался проблемой, *сколько человеку земли надо?* Попытка русского гения дать на это ответ означала выведение человека из своей биологической оболочки в сферу духовности. Сегодняшний вариант такого же онтологического вопрошания может звучать иначе: сколько человеку и зачем необходимо информации? Для более или менее успешного ответа следует обратиться к основным процессам внутри культурологии как научного знания обо всем сотворенном человеком, т. е. о культуре.

Культурологический концептуализм позволяет любой факт, объект, событие рассматривать не с утилитарной, но общекультурной точки зрения, то есть выявлять его связь с человеком. «Знание-сила», «искусство ради искусства» и другие сходные лозунги лежали в основе прежних фундаментальных принципов творчества, образования, науки. Наполнение их артефактов актуальным человеческим смыслом и, напротив, лишение их такого смысла – вот, что всегда отличает классику от авангарда, а гуманизм от постмодернизма. Без апелляции к человеку сама культура предстает как искусственный, враждебный ему мир, в котором страдает природное начало. В таких условиях личностью, то есть индивидуальностью парадоксально становится тот, кто выпадает из мира культуры или меняет его до неузнаваемости.

В современной культурологии сильно преувеличены возможности психоанализа и значение теории бессознательного для изучения закономерностей общественного, творческого и индивидуального сознания. В культуре, в художественной культуре, в частности, все происходит осознанно, с соблюдением логики, с активным использованием человеческого разума, даже, если это в определенных целях маскируется. Теории бессознательного в культуре

должна противостоять столь же тщательно и многосторонне отрефлексированная *теория сознательного*. Мы же, кроме поэтического призыва «алгеброй поверять гармонию», больше ничего не имеем, что весьма пагубно сказывается на культурном образовании и воспитании. Основой гуманитарного развития становятся либидо, фрустрация, вытеснение и прочие механизмы подавления, а сама культура предстает как пространство освобожденных инстинктов.

Соответственно и информология, подсказывающая субъекту выбор целей и способов их достижения, изобилует фактами, которые под видом информационности не дают человеческому разуму выйти из его биологической оболочки. Возникает еще один парадокс: информации все больше, а совокупный интеллект все ниже!

Особенностью современной гуманитаристики, по Э.Тоффлеру, является возврат к крупномасштабному мышлению, к обобщающей теории, к составлению частей в одно целое. Информология активно способствует этому процессу. Однако ей необходим гегелевский Абсолютный Дух как сверхиндивидуальная целостность. Только тогда информация будет выступать как механизм соединения материального и духовного, природного и смоделированного, уникального и универсального. Помощницей ей здесь выступает коммуникативистика, собирающая все виды связей между субъектами культурного пространства. Аудиовизуальная основа коммуникаций приходит в расхождение с традициями письменной культуры, сформировавшей тип современного сознания, но отнюдь не исключает свое созидательное начало в духовной культуре. Во всяком случае вхождение индивида в культуру – «инкультурация» – значительно облегчается за счет современных коммуникативных технологий.

Культура отзеркаливает свойства человеческой натуры. Дуализм современной личности, бинарность окружающего мира воплотились в амбивалентности культуры, которая всегда *другая*, всегда в движении, всегда разная. Активное словотворчество в наши дни не адекватно тем стремительным изменениям, которые происходят в людях и окружающем мире. Картинка и звук лучше успевают передать это движение.

С этими же процессами, далеко не осмысленными и воспринимаемыми как кризисные явления, связано и пресловутое требование к культурологии дать «официальное» определение культуры, исключающее разночтения и варианты. Одновременность разнородных процессов в культуре сбивает с толку, вызывает желание развести все на два полюса – культуры и антикультуры.

Нужно признать, что поляризация не самый точный механизм при определении содержания и смысла любого культурного явления. Более правильным будет тройственный тип представлений, характеризующих состояние культурного процесса. Зарождение культурологического знания сменяется осознанием его значимости и последующим обновлением. Динамика становится важнейшей характеристикой изменений в культуре. Сама же культурология достаточно быстро покрывается коростой устойчивых суждений, под которой уже не слышно пульса самой культуры. Это состояние именуют кризисом, для преодоления которого необходимы как материальные, так и духовные усилия.

В духовной культуре деятельность носит идеальный, проективный характер по сравнению с деятельностью в материальной среде. Проективность становится полноценным видом духовного производства в наши дни, но она становится возможна лишь с учетом когнитивной психологии современника. А, как известно, последняя формируется на основе информационных моделей, для использования которых необходим тройственный союз культуры, информации и коммуникации. Не стоит полагать, что каждый пользователь компьютером в состоянии изменить духовную парадигму своего времени. Здесь уместно вспомнить Гегеля, который писал, что не каждый человек шьет себе сапоги, хотя и имеет для этого мерку в виде собственной ноги. Однако каждый берется философствовать на основании того, что обладает головой и мышлением. Современный ПК (пользователь компьютера), абсолютизирующий свои технологические возможности, может оказаться (практика это подтверждает) за пределами не только культурного, но и реального пространства. В этом смысле компьютерная цивилизация определяет конечную точку каменной цивилизации, а точки

ведь сходятся. Вот почему необходима разгерметизация информатики и коммуникативистики с помощью культурологии для раскрытия человеческого безграничного потенциала. Для этого в противовес нормативно-декларативному гуманизму (Э.Фромм) должна появиться информационно-коммуникативная культурная антропология, создающая в противовес глобализации подлинное единство человечества.

*Н.В. Смирнова*

## **ВЕБ-ФОРУМ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВА**

Возрастание технических возможностей и популярность общения в сети Интернет привели к формированию интернет-сообществ (e-community) – относительно устойчивых систем взаимодействия в интернет-пространстве. Интернет-сообщества представляют собой нечетко структурированные динамические текстовые (гипертекстовые) системы. Такой системой является и веб-форум. Чаще всего он имеет статус приложения к веб-сайту, реализующему коммерческие, политические, гуманитарные или рекреационные цели. Хотя термин «веб-форум» в значительной мере отражает технический формат существования сообщества, сложилась традиция использовать его и как синоним понятия «интернет-сообщество».

Веб-форум – лишь одна из разновидностей интернет-сообществ. К нему нередко примыкает чат-канал – программа одновременного общения групп пользователей всемирной сети. Чат-каналы могут существовать и как самостоятельные формы взаимодействия, как правило, ограниченного определенной тематикой.

Другими разновидностями интернет-сообществ являются персональные веб-журналы (блоги), в которых социальное взаимодействие осуществляется в форме комментариев к записям, а также коллективные блоги или блог-сообщества, в которых блоггеры реально взаимодействуют не в линейной форме (запись-комментарий-ответ), а в форме многоуровневого сетевого общения. Персональные блоги и блог-сообщества в совокупности создают существующую примерно с 1998 г. блогосферу (Social Web).

Кроме интернет-сообществ блогосферы формой относительно устойчивых коммуникационных взаимодействий являются IM-программы или службы мгновенных сообщений, а также группы рассылки – службы, позволяющие на основе одной записи электронной почты писать электронные письма с определенной тематикой сколь угодно большому количеству адресатов, читать и отвечать на них с определенной регулярностью. Еще одной формой интернет-сообщества выступают электронные доски объявлений и группы новостей: выделенное на крупном веб-узле типа MSN.com, Yahoo.com, Mail.ru и т.п. виртуальное пространство позволяет в границах определенной тематики оставлять сообщения и отвечать на них.

Несмотря на множество общих черт, между различными видами интернет-сообществ существуют не только технические, но и социальные различия. В последнее десятилетие они активно исследуются социологами. Чаще всего при этом применяются методы количественного, в том числе контент-анализа мультимедийных данных. Автоматизированные компьютерные системы извлечения данных, основанные на распределенных параллельных вычислениях, позволяют изучать поведение участников интернет-сообществ в режиме реального времени. Применяемые при этом методы далеко выходят за рамки социологического анализа: это и различные методы интеллектуального анализа данных, включая программы визуализации информации, гранулярных исчислений и т.д., это и методы когнитивной психологии, и лингвистический анализ.

На наш взгляд, особый интерес для социологического анализа в силу относительной устойчивости структуры социальной группы представляют именно веб-форумы. Дадим краткую характеристику этой разновидности интернет-сообществ.

В соответствии с целями, численностью относительно постоянных участников общения, популярностью (количеством посещений в единицу времени) форумы имеют определенную степень открытости, тематическую, формально-статусную и реальную социальную структуру. Рейтинг популярности, как и время существования таких сообществ, сильно варьируются. История существования отдельных популярных форумов превышает десятилетний период и характеризуется сменой традиционных стадий жизненного цикла: зарождением, развитием, зрелостью, спадом, прекращением существования или перестройкой структуры. Значительная часть форумного общения выходит за национальные границы и приобретает межнациональный и полиэтнический характер.

Устойчивость существования форумов определяется не только актуальностью целей материнских веб-сайтов. Последние задают формальные цели и темы общения, а также формируют формальную структуру взаимодействий, систему заданных ролей и статусов. В нее входят эксперты и потребители информации, администраторы и модераторы, постоянные участники и гости. В процессе общения формируется неформальная структура сообщества: возникает межличностное и межгрупповое взаимодействие, дифференцируется функционально-ролевая структура. Появляются специфические виртуальные роли: неформальных лидеров, принятых, отверженных, провокаторов, миротворцев, агрессоров, жертв, спасателей и т.д. Отдельное место в сообществе занимают хронические флудеры – постоянные участники, многочисленные сообщения которых не соответствует обсуждаемым темам, но позволяют им имитировать принятость в сообщество.

Неформальное общение в устойчивых сообществах, как правило, начинает конкурировать с формально заданными параметрами взаимодействия и для большинства постоянных участников становится не менее, а часто и более значимым, чем общение на темы, заданными формальными целями веб-сайта. Развитие сообщества перестает осуществляться только в направлении роста количественных параметров – числа участников и посещение, сообщений и тем. Неформальные взаимодействия и структуры приводят к становлению механизма самоорганизации. Возникают различного вида конфликты, как правило, между группами участников или участниками и модераторами, участниками и администрацией. Кроме внутренних факторов и причин конфликты могут вызываться и внешними воздействиями, например, противодействием аналогичного конкурирующего форума.

Конфликты приводят к кризисам, делают недействующими заданные или сложившиеся нормы общения. Пройдя стадию аномии, сообщество вырабатывает новые нормы взаимодействия и создает качественно новую структуру форума. Появляются новые функции и роли участников взаимодействия, меняется диспозиция статусов. Новое качественное состояние, зарождаясь в рамках неформальной структуры, приводит к изменению и ряда параметров формальной структуры. Правда, следует отметить, что границы влияния механизма самоорганизации форума на формальные структуры ограничены властью администрации. Администрация отражает интересы собственников сайта, обладает технической и социальной (представленной модераторами) властью. Это позволяет ей в определенной степени удерживать действия механизма самоорганизации форума в рамках изначально заданных формальных структур, сохранять основные формальные цели форума и параметры общения.

Подобные интернет-сообщества приобретают все большую социальную значимость, позволяют эффективно решать ряд разнообразных личностных и групповых проблем. Но они также «удваивают» социальную реальность, нередко делают интернет-общение для ряда его участников смыслообразующим, подменяющим живые взаимодействия виртуальными. Виртуальный образ, который может значительно отличаться от реального, интериоризируется такими участниками, вытесняя и заменяя отдельные черты реальной личности.

Исследование структуры и динамики таких сообществ позволяет выявить основные черты и механизмы их развития, их влияние на неvirtуальные структуры и процессы, на жизнь общества и индивида. Отметим, что методы количественного анализа в таком исследовании должны быть дополнены качественным анализом. Это может быть, например, методика кейс-стади, реализуемая в форме хронологической стратегии, разработанная Чикагской школой

социологии. Или методы включенного и невключенного наблюдения, неформализованного интервью, методы сценарного анализа и т.д. Методики качественного анализа могут более полно, чем количественные методы исследования выявить социальные особенности отдельных веб-форумов как уникальных сообществ.

**В.И. Казакова**

## **ФЕНОМЕНОЛОГИЯ МАРГИНАЛЬНОСТИ**

*Наш статус зиждется на твёрдом знании мира,  
в то время как смысл нашей личной идентичности  
часто находится в его трещинах.  
Э. Гофман*

Анализ феномена маргинальности в любой перспективе имеет точкой отсчёта картезианские размышления, поскольку механизм эксклюзии на каждом из онтологических уровней исходит в своём последнем основании из разграничения *cogito ergo sum*. Сознание, разделённое между восприятием и реакцией на восприятие, заключает в себе предпосылку обезличения воспринимающего, которая делает возможной самоё маргинализацию как процесс. Переход от очевидности мышления к метафизическому субъекту, от высшего принципа сознания к «Я» как основе переживания, формирует тот механизм мышления как бесцветного потока психического бытия, в рамках которого осуществляется эксклюзия. *Cogito* делает шаг назад, забывая, что каждый из нас в непосредственности жизни никак не одинок в этом мире, тем самым допускается, что любой из нас в определённых условиях может предстать как вещь, безуспешно пытающаяся втиснуться в чужеродное сознание. Открытие иного – как чисто экзистенциальное переживание – задаёт здесь тот изначально негативный смысл, который порождает социальную потребность дистанцирования, вырождающуюся затем в механизм подавления. Становление «общества знания» предельно обострило этот диссонанс, возможно, доведя его до абсолютизированной формы, когда маргинальность становится повсеместной. В то самое время, когда информация становится новой стихией, подлежащей преодолению, человек в социальном измерении своего бытия-в-мире замыкается в выборе между маргинальным – отвергаемым и усреднённым – обезличенным. Это совпадение не может быть случайным, поскольку маргинализация как процесс изначально происходит в пространстве мысли. *Cogito* – самая действенная эксклюзивная практика, разум – наиболее мощный исключаящий механизм. Он проявляет себя идентичным образом и в аристотелевской практике ниспровержения софистики, и в репрессивном опыте тоталитаризма прошлого столетия. Переход от механизма исключения, осуществляемого в сфере мысли, к реальной социальной эксклюзии, на наш взгляд, наиболее соответствует рассмотрению в рамках феноменологического анализа, отправным пунктом которого являются конкретные переживания человека в его жизненном мире. Акцент на допредикативный опыт повседневной жизни чрезвычайно важен, поскольку феномен маргинальности имеет непосредственное отношение к разрушению естественной установки, когда мир переживается как общий для себя и для других. Помимо прочего, феноменологический взгляд дарит ту открытость по отношению к явлениям самим по себе, в которой сейчас так нуждается мысль, совсем недавно освободившаяся от догматических иллюзий и несвобод.

Постановка в центр рассмотрения маргинальности открывает новые возможности применения методов социальной феноменологии. В анализе социальной эксклюзии чрезвычайно важна, на наш взгляд, феноменологическая установка скорее видеть, чем предполагать, поскольку сама проблематизация социальной реальности, делающая возможной маргинализацию субъекта, укоренена в наличии априорных предпосылок, отягчающих путь к смыслу. Момент возникновения негативного «alter ego», ставящего под сомнение основания системы, путь от артефакта к продуктивной силе и обратно замыкается на тот процесс

демаркации подлинного и неподлинного, потребность в котором инициировала возникновение самой феноменологии [1, 2]. С другой стороны, в отношении маргинальности мы наблюдаем как раз тот случай практической проблемы, когда она не может быть осознана через отнесение к уже зарекомендовавшим себя схемам опыта.

Маргинальность и на феноменальном, и на ноуменальном уровнях переживает сейчас радикальную трансформацию, являющуюся одним из наиболее показательных симптомов современного кризиса. Тысячелетиями человеческой истории маргинализация как процесс могла иметь простейшую количественную интерпретацию, будучи действием большинства по отношению к меньшинству, в настоящее же время социальная «обочина» всё чаще становится уделом преобладающей части населения. Таким образом, сам механизм эксклюзии становится принципиально иным, он в полной мере отражает современную *борьбу за выживание*, интенсивность которой всё возрастает на всех жизненных уровнях. Природа социального неравенства в этих условиях радикально преобразуется: мир предстаёт как всё более стеснённый и всё менее единый, образ «поскутного одеяла» становится единственной адекватной моделью его описания. Маргинальность в многоуровневом социальном пространстве раскрывает многообразные смыслы, мигрирующие от «между» к «вне» и «по ту сторону». Само большинство и меньшинство становятся иными, соотносясь не с представлением о норме, а с моделью.

В подобных условиях прояснение феномена маргинальности с точки зрения «категориального созерцания» представляется довольно привлекательным путешествием по лабиринту бесконечных имен «инакового». Мы говорим о «люмпенизации», «дискриминации», «девиантности», «аномии», «отлучении от сети». Нестройность подобных рассуждений связана не только с отсутствием адекватной модели социального пространства, она свидетельствует о глубоко укоренённой «нежеланности для мысли» иного – несмотря на множество разговоров о нём. Образ «другого», ставящего под сомнение нашу подлинность, чрезвычайно востребован в сфере искусства, но он закрыт для сферы научного осмысления. В известной мере это связано с упомянутой ранее трансформацией представлений о большинстве и меньшинстве, вышедших за рамки количественной интерпретации, а, следовательно, в какой-то мере – и за пределы научной концептуализации. «Маргинальное» в настоящее время номинируется для констатации всего того, что по каким-либо причинам выходит за рамки нормативного. «Номинализм» понятий социальных наук становится наиболее серьёзной проблемой, и дискурс маргинальности является здесь одним из самых ярких примеров. Мысль о социальном феномене в обществе знания становится более значимой и интересной, нежели само явление. Со времён бэконовских *idolae fiores* социальные коэффициенты познания прошли долгий путь от затемняющих знание эмоциональных осадков к цементирующему началу общественных структур [3]. Мысль о маргинальном – или нежелание прояснять эту мысль – способно в постиндустриальную эпоху более сказать об обществе и более приблизить нас к решению социальных проблем, нежели эмпирическое исследование в его строгом классическом понимании. Обращение к исследованию этой мысли, её рефлексия обозначалась Н. Луманом как «контрфеноменологическое усилие», акцентирующее внимание не на явлении, а на проблеме [4]; вместе с тем приставка «контр-» здесь менее всего говорит о противоположности феноменологической методологии, ибо мы идём тем же путём прояснения смысла и открытия подлинного «я» в мире других людей, мы стремимся дать свободе ту мысль, которая раскрывается как возможность занять позицию над любым содержанием.

Осмысленный социальный мир всегда включает в себе рефлексивность «инакового»; «анонимный или персонифицированный другой всегда «имеется в виду», присутствует в горизонте сознания даже в случае беспросветного одиночества или затерянности в толпе» [1]. Таким образом, само раскрытие феномена маргинальности возможно только в опыте «поверх» субъекта и объекта, поскольку «оператор определения границ» не может быть адекватным образом раскрыт в одностороннем порядке.

Это является, на наш взгляд, самым важным акцентом в контексте современной социальной жизни, где маргинальность становится повсеместной. Граница стала для нас более реальной и зримой,



чем само разграничиваемое, и не исключено, что предоставляемая феноменологией свобода мысли – единственная возможность обрести обратный путь к смыслу.

### **Библиографический список**

1. Смирнова, Н.М. От социальной метафизики к феноменологии естественной установки (феноменологические мотивы в современном социальном познании) / Н.М. Смирнова. – М.: ИФ РАН, 1997. – 120 с.
2. Кассен, Б. Эффект софистики / Б. Кассен. – М.-СПб.: «Московский философский фонд», «Университетская книга», «Культурная инициатива», 2000. – 240 с.
3. Гурвич, Ж. Социальные рамки познания // Личность. Культура. Общество. 2008. Вып. 3-4 (42-43). С. 51-64.
4. Луман, Н. Невероятность коммуникации [Электронный ресурс] / Н. Луман – (режим доступа [http://www.soc.pu.ru/publications/pts/luman\\_c.html](http://www.soc.pu.ru/publications/pts/luman_c.html).)

**В.И. Казакова, А.О. Коптелов**

### **МАРГИНАЛЬНОСТЬ И СВОБОДА: ГОРИЗОНТЫ ПРЕВРАЩЁННОГО СМЫСЛА**

*Свобода – это не блаженное нейтральное состояние  
гармонии и равновесия, но весьма насильственный акт,  
который нарушает равновесие.  
С. Жижек.*

Принято считать, что свобода тем меньше осознаётся людьми, чем больше они подвержены маргинальному видению мира [1]. Одно из самых тяжких разочарований научно-технической унификации и сопутствующих ей социальных трансформаций состоит в том, что равенство – в том виде, в каком оно вообще может считаться осуществлённым, не приносит свободы – в том виде, в каком она вообще может быть желанна. Для нашей страны, где в основе социального расслоения лежит иерархия власти, а не собственности, где техническая инновация переживается подчас как культурное событие, тоталитарная идеология в индустриальный период была, возможно, единственным жизнеспособным выбором. Постсоветское пространство мыслится как пространство свободы – в этом наше неоспоримое преимущество, во многом смягчающее контрасты глобализации. В то же время процесс маргинализации социума, ставший постепенно общемировой проблемой, развивается в России не менее интенсивно, чем в других странах, подобная конвергенция обозначает, на наш взгляд, достаточно актуальную сферу исследовательских интересов.

Сопоставление маргинальности и свободы в современном социальном пространстве представляется актуальным и интересным с нескольких точек зрения. Как бинарная методологическая конструкция – оно отражает парадоксальность и многоуровневость человеческого бытия-в-мире, вынужденного одновременно сосуществовать в нескольких измерениях, вплоть до матричного ощущения псевдо-реальности. Маргинальность – прежде воспринимаемая как нечто из ряда вон выходящее – становится явлением повседневности, социальная обочина в наши дни – удел большинства. О свободе сейчас принято говорить в контексте утраченных иллюзий, всего лишь как о некой «напряжённости мысли», преграждающей путь к реализации замыслов. И то, и другое, как на феноменальном, так и на ноуменальном уровне, прошло до конца некий путь, переходя в своё иное и вновь возвращаясь к собственной сути. Их конвергенция возможна только в том обществе, которое пережило уже и опыт страсти к реальному, и одержимость утопиями. Маргинальность предстаёт как неизбежность – то, от чего нельзя уйти, свобода, напротив, постигается через невозможность своего осуществления. Наше время – время открытости по отношению к «инаковому», но мысль не становится от этого более смелой, и её осторожные шаги тяготеют к парадоксальным

решениям. Свобода, присущая рефлексии – возможность занять интеллектуальную позицию над любым содержанием – сузила свои границы до представления о самобытности личности. Широта предоставляемых возможностей сочетается с неспособностью их использования, мы автономизируем свободу, утверждая собственные пределы и ограничения [2]. Современному человеку даётся всё больше простора в самоопределении своей сопричастности к миру. Гнёт социальных оценочных суждений становится год от года всё слабей, мы уже не стиснуты рамками общественных ценностно-целевых ориентиров, предписывающих и предопределяющих происходящее с человеком. Жизнетворчество, вкус к которому постепенно формируется в человеке, становится всё более привычным. В прежние времена написать свою жизнь как роман, нарисовать как картину – было доступно лишь художникам и поэтам. Сегодня это право творца становится постепенно всеобщим достоянием. Удивительно, что маргинал как продукт социальной эксклюзии уже не рассматривается как жертва репрессивных механизмов общества, мы склонны рассматривать этот феномен как результат сознательного выбора, как свободу быть самим собой. Маргинальность становится своего рода «маской» социальной стратификации, примериваемой и интеллектуалом, и элитой, и даже средним классом – под предлогом его малочисленности. В известной мере это обусловлено тягостным упрощением общества, сводящим представление о большинстве и меньшинстве к различным моделям констатации своей ограниченности и сужающим реальную свободу социального выбора до метаний между маргинальностью и обезличиванием.

Доведённые до крайности социальная несвобода и маргинальность ещё существуют в современном пространстве в виде рабства [3]. Эта архаичная форма человеческих отношений, находящаяся вне правовых норм и цивилизованных установок, возможно, единственная в современном мире, где маргинальность и свобода в их абсолютизированной форме ещё существуют как оппозиция взаимоисключающих социальных и ментальных состояний. Анализ механизма эксклюзии в данном случае чрезвычайно показателен, на наш взгляд, в контексте рассмотрения власти над рабом, которая в прежние времена основывалась на знании, в противоположность современному состоянию, где способ принуждения основан на силе. «Метаморфозы власти» в интерпретации Э. Тоффлера, опирающегося на модель классической социологии, дают, как известно, зеркально противоположную картину подобной эволюции [4]. Их сопоставление открывает тот ракурс видения маргинальности, который позволяет сделать лумановское «контрфеноменологическое усилие» и обозначить маргинальность и как проблему, и как явление.

Маргинальность – одна из форм отсутствия места в социальном пространстве, само по себе это отсутствие является необходимым, но не достаточным условием. Как феномен социальной реальности она не вписывается в рамки классических моделей классового конфликта, оппозиции эксплуататоров и эксплуатируемых, богатых и бедных, воплощённый в ней способ сосуществования с негативом носит изначально деструктивный характер. Маргинал есть артефакт структуры, ставящий под сомнение её фундирующие принципы, на онтологическом уровне осмысления он может быть определён как «оператор определения границ» [5]. Власть, эволюционирующая от знания к силе, в противовес переходу от силы к знанию, отражает ту кульминацию в борьбе за значение подлинного, которая всякий раз инициируется появлением маргинала. Соотнесение и взаимодействие с ним не допускает диалектического существования в условиях отрицания, оно не содержит антитетических оппозиций. Эта борьба за подлинность и смысл первоначально осуществляется на ментальном уровне; отсюда оно легче всего переносится в сферу политического, где «решение об исключении есть именно решение в высшем смысле слова» [6]. Ни аномия, ни девиация, представлениями о которых часто подменяют понятие маргинальности, не расшатывают порядка структурирования социальности, не ставят под сомнение само её основание. Софисты не стали тратить усилия на словесные рассуждения, они поставили под сомнение их серьёзность, они не опровергали стремление к знанию, но сделали его ремеслом. Маргинал не противопоставляет нечто иное, он является *alter ego*, и граница, проводимая между ним и

остальным, не может не быть демаркацией the best and the rest, нравственной пропастью добра и зла. Данный уровень противостояния характеризуется наибольшим «напряжением границ», взаимно обозначаемых и маргинализируемым, и маргинализирующим, исход определяется более успешным способом «выведения на окраину», т.е. обоснования недостаточности в отношении эквивалентности [5]. Последующий дискурс маргинала может начинаться лишь с оправдания того, что уже однажды было невозможным. Всякий дискурс софистики после маргинализации её Аристотелем не может не включать апологические моменты. Р. Парк и Э. Стоунквист, исследуя явление культурной гибридизации, подобным же образом делали акцент на позитивных характеристиках «пограничья». Перманентное воспроизведение «избыточного» становится закономерным следствием «egaliberte» – принципа всеобщего равенства, отягощённого свободой и братством. Маргинальность и свобода в современном мире символизируют «разрыв между человечеством и его собственным нечеловеческим избытком» [7, с.13]. Данный тип фундаментальной антиномии является, на наш взгляд, одним из определяющих соотношений современного коммуникативного пространства.

#### ***Библиографический список***

1. Разинский, Г.В. Маргинальные процессы как атрибут социальной мобильности // Социология. 2007. №1. С. 145-158.
2. Жижек, С. Кукла и карлик: христианство между ересью и бунтом / С. Жижек. – М.: издательство «Европа», 2009. – 336 с.
3. Бэйлз, К. Одноразовые люди. Новое рабство в глобальной экономике / К. Бэйлз. – М.: Новый хронограф, 2006. – 304 с.
4. Тоффлер, Э. Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге XXI века / Э. Тоффлер. – М.: изд-во АСТ, 2004. – 668 с.
5. Кассен, Б. Эффект софистики / Б. Кассен. – М.-СПб.: «Московский философский фонд», «Университетская книга», «Культурная инициатива», 2000. – 240 с.
6. Шмитт, К. Порядок больших пространств в праве народов, с запретом на интервенцию чуждых пространств сил / К. Шмитт. Номос Земли в праве народов *jus publicum eurgoraem*. – СПб.: Владимир Даль, 2008. – 670 с. С. 479-572.
7. Жижек, С. Устройство разрыва: параллаксное видение / С. Жижек. – М.: изд-во «Европа», 2008. – 516 с.

***Т.Л. Михайлова***

### **ОНТОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: КОНСТРУКТИВИСТСКИЙ ДИСКУРС**

Объективные тенденции современного общества, связанные со становлением «сетевого общества», конфигурации которого детерминируются диффузными сетевыми технологиями, актуализируют исследование онтологического измерения социальной коммуникации. Сетевая логика как пример бинарной логики (включение/исключение) – это логика коммуницируемости.

Онтологизация коммуникации означает, что коммуникация приобретает статус социальной реальности, осуществляя любые типы социальных отношений, формулируя правила, по которым эти отношения строятся, интерпретируются, оцениваются. Коммуникация – это не просто операция передачи, трансляции информации, но и процесс некой общности. В этом процессе происходит как смыслопорождение, так и соотнесение новых смыслов со смыслами существующими. Здесь значимой становится роль условий, при которых происходит столкновение смыслов. Социальная коммуникация – передача смыслов в пространстве.

Условия современного мира таковы, что аннулирование расстояний привело к тому, что «пространственная матрица мира, во-первых, больше не имеет белых пятен и, во-вторых, в принципе открывает возможность ориентации каждому человеку, независимо от того, в какой точке глобуса он (или она) находится. Благодаря современным средствам коммуникации глобализация осуществляется в принципе без затруднений». Она входит в наш повседневный

опыт, становясь «формой поведения провинциала» [1, с.43]. Человек оказывается в западне мира с его возрастающей неопределенностью и незащищенностью перед лицом неконтролируемых сил. В условиях «конца идеологии», уже зная «человеческую цену надевания на общество идеологической смиренной рубашки» [2, с.39], необходимы новые подходы к идеологии. Один из таких подходов представлен в социологии знания, имеющей дело с социальным конструированием действительности. «Преувеличивать важность теоретического мышления в обществе истории – естественная слабость теоретиков» [3, с.30]. Необходимо устранить это заблуждение интеллектуалов. Лишь небольшая группа людей занята теоретизированием и конструированием «идей». Каждый в обществе тем или иным образом причастен к «знанию». Следовательно, «ни одно человеческое мышление... не свободно от идеологизирующего влияния социального контекста» [3, с.31]. Такое понимание идеологии рассматривает социальные контексты как способ конструирования субъективности, содержащий в себе идеологический дискурс. Идеология есть квинтэссенция всего социального контекста повседневности.

Достоинства конструктивистского подхода состоят в том, что он дает понимание социальных проблем не как статичных условий, а как последовательность определенных стадий деятельности по выдвижению утверждений – требований. Это в большей мере соответствует процессуальной природе социальной реальности. Мы живем в мире, в котором возрастает вероятность маловероятных событий.

Социальная феноменология исходит из тезиса о множественности реальностей, каждая из которых конструируется в соответствии со своим когнитивным стилем. В рамках социальной феноменологии выдвигается положение о том, что социальная реальность, будучи первичной для каждого отдельного индивида эмпирически, на онтологическом уровне вторична и конструируется членами общества. П. Бергер и Т. Лукман формулируют это так: «Несмотря на то, что социальный мир отмечен объективностью в человеческом восприятии, тем самым он не приобретает онтологический статус, независимый от человеческой деятельности, в процессе которой он и создается» [3, с.103]. В привычной деятельности по конструированию событий люди руководствуются целями; происшествия становятся событиями только в том случае, если они оказываются полезными для организации личного опыта в соответствии с имеющимися целями. Таким образом, любое происшествие потенциально может приобрести статус события, а сконструированное на его основе событие сохраняет этот статус, пока это соответствует наличным целям. Итак, СМИ – основной инструмент конструирования реальности: а) создавая реальность, СМИ манипулируют общественным мнением и ожиданиями публики; б) выступая создателями «повестки дня», масс-медиа замалчивают одни проблемы, делая акцент на других, привлекая к ним внимание общественности; в) СМИ есть механизм, ответственный за производство общезначимых событий, их «тематизацию».

Н. Луман, репрезентируя конструктивистский подход, в работе «Медиакоммуникации» раскрывает суть механизма конструирования, ядром которого является обозначенная выше бинарная оппозиция. Выступая против привычного понимания коммуникации, в частности против тезиса о существовании автора как субъекта коммуникации, Луман рассматривает коммуникацию как аутопойезис, то есть самоорганизующийся процесс. Будучи общим принципом образования систем, аутопойезис применительно к коммуникации как системному явлению предполагает выделение в ней трех составляющих: информации, сообщения и понимания. «Коммуникация – это синтез трех селекций. Она состоит из информации, сообщения и понимания. Каждый из трех компонентов сам по себе является случайным происшествием» [4, с. 7]. Информация – это событие, которое, актуализируясь, теряет характер информации; поэтому она связана со стремлением к неожиданному. Информация – это различием между тем, что могло бы быть и тем, что происходит или сообщается. Эффект информации – степень вызванного ей различия, причем, информация не может быть внесена в систему из окружающей среды. Она должна быть произведена в самой системе.

Процессы селекции связаны с отбором и различением. Если селекции не происходит (нет различения информации и сообщения), то имеет место голое восприятие, которое есть, прежде

всего, психическое событие без всякого коммуникативного содержания. Это означает недоступность для системы коммуникации без дальнейшей селекции: нет понимания смысла, нет решения, нет коммуникации. Понимание является также селекцией: оно никогда не есть голое дублирование сообщения в нашем сознании. Оно присоединяется к предыдущему опыту коммуникации, становясь предпосылкой соединения следующей коммуникации в самой коммуникативной системе. Это собственно и есть условие аутопойезиса социальной системы: она сама вырабатывает собственное понимание (или собственное неправильное понимание) и в этих целях создает процессы самонаблюдения и самоконтроля. В обществе эту роль на себя берут как раз media. Вне коммуникации нет никакой информации, сообщений и понимания, так как она сама их вырабатывает в качестве круговой взаимной предпосылки. Поэтому система коммуникации есть полностью закрытая система, сама производящая компоненты, из которых и состоит. Лишь коммуникация может осуществлять себя, контролировать и ремонтировать себя, она специфицирует свои элементы и структуру. «Коммуникация не имеет никакой цели. Она происходит или не происходит – это все, что о ней можно сказать» [5, с. 116]. Все коммуникации связаны с риском: будет ли сообщение и понятая информация приняты или будут отклонены. Она форсирует ситуацию решения, ибо коммуникация удваивает реальность, создавая два варианта решения: «да» - «нет». Этим самым принуждает к селекции. В этом и состоит аутопойезис системы, которая и гарантирует себе свою продолжительность, продолжительность социальной реальности как бесконечно коммуницируемой. системы, в которой «форма – дифференциация», «медиум и форма» – сообщения и информации есть неизбежное условие ее аутопойетического воспроизводства. В противном случае существовало бы одно лишь «Больше – Не - Коммуницируем, завершение системных операций» [6, с.49], что невозможно, пока соблюдаются условия для реализации «логики» социальной коммуникации.

#### ***Библиографический список***

1. Бек, У. Что такое глобализация / У. Бек. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. - 304 с.
2. Бауман, З. Индивидуализированное общество / З. Бауман. – М.: Логос, 2002. – 390 с.
3. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 324 с.
4. Луман, Н. Общество общества. Часть II. Медиа коммуникации / Н. Луман – М.: Логос, 2005. – 280 с.
5. Луман, Н. Что такое коммуникация/ //Социологический журнал. 1995. № 3. С.114-125.
6. Луман, Н. Решения в «информационном обществе» // Проблемы теоретической социологии. – Спб.: ТОО ТК «Петрополис», 2000.

***О.Е. Новиков***

### **ЗАПАЗДЫВАЮЩАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

«Запаздывающая модернизация» – понятие изначально эклектичное, в известной степени оно напоминает историю формирования компьютерного языка BASIC, разработанного на основе адаптации разговорного английского языка миром «печальных тропиков» – первобытными племенами, вынужденными взаимодействовать с цивилизованной средой. Термин «волна», периодически употребляемый в тщетных попытках совместить историческое и логическое, подчёркивает стихийность и иррациональность данного процесса, неизбежные там, где речь идёт о трансгрессии из одного коммуникативного пространства в другое. Его политическое измерение выражено ярче, нежели какое-либо иное, само понятие является не столько просто заимствованным, сколько сформированным чужеродной мыслью в отношении нас; модернизация для нас сродни необходимости выучить английский язык для племени, не сумевшего избежать выхода в большой мир. Жертва, приносимая последним ради расширения коммуникативного пространства, возможно, более велика: наблюдать, как шекспировский язык

деградирует до незамысловатого тезауруса Элочки-людоедки. Подобные процессы являются неизбежным следствием глобализации, с которой модернизация часто соотносится в плане научного анализа. Позитивный и негативный пути осмысления лежат на поверхности: мы можем расценивать модернизацию как вторжение инородной культуры и как путь возрождения, отягощённый русской «болезнью пространства» и потому – обречённый на «запаздывание». Славянофильские доминанты современного российского мышления тяготеют, скорее, к первому; вместе с тем свойственное западничеству осознание собственного несовершенства, «несовременности» и «несвоевременности» остаётся в высшей степени присущим нашему взгляду на мир.

Рассмотрение модернизации в контексте социальной феноменологии предполагает, прежде всего, осуществление интенционального анализа, позволяющего очертить рамки предметности анализируемого явления. «Модернизация» – термин, плохо поддающийся адаптации в русском языке. Его непосредственное буквальное восприятие означает принадлежность настоящему в её предельной, абсолютизированной форме, осознание необходимости резко отграничить себя от прошлого, становящегося «старым». Принимая точку зрения Ю. Хабермаса [1], можно отталкиваться от изначально теологического смыслового наполнения самого термина «модерн» и искать истоки разлада в глубине атеистических корней русских духовных практик. Отражение актуального духа времени, спонтанного обновления составило на исходе античности важнейшую часть христианской апологетики. Августинианское стремление дистанцироваться от прошлого впервые в истории мысли формирует невиданную ранее оппозицию «старого» и «нового», задавая тем самым антиномию, недоступную прежнему античному мировосприятию. Эта оппозиция задаётся, в том числе, и через радикальное смещение смысловых горизонтов – от греческого стремления к простоте жизни, правильности форм и гармонии единства к стратегии цели – линейной и однонаправленной, к динамике перманентных преобразований. Данный период неслучайно становится в настоящий момент объектом серьёзного исследовательского интереса, поскольку его параллели и аналогии с современным переходным периодом очевидны.

Время, согласно М. Хайдеггеру, есть горизонт, исходя из которого, вообще становится понятным бытие [2,3]; в соответствии с этим модернизацию можно определить как некую практику духовного позиционирования собственной самости в контексте социального времени. Задавая подобное направление, мы не только очерчиваем концептуально-методологические ориентиры исследования, но и анализируем рассматриваемое явление в русле сложившихся в последнее время тенденций. Стремительная онтологизация социальной проблематики уже становится привычной, одной из главных предпосылок является здесь то, что современный многоуровневый кризис человеческого бытия-в-мире есть, в первую очередь, проблема времени. Это последнее основание обозначается всё чётче по мере обострения «продолженной пограничности». Фундаментальная социологическая и социально-философская проблема – стратификация – обозначает себя как дифференцирование по определённым онтологическим уровням, различающимся своим отношением ко времени. В нашей стране, где большая часть населения чрезвычайно болезненно пережила реформы девяностых, именно ментальные установки по отношению ко времени, способность адаптации к футурошоку, стала демаркационным критерием, разграничившим мейнстрим и маргиналов.

Модернизация – это не просто некий темпоральный разрыв, это надлом социальных структур вследствие технологических изменений. Как переходное состояние – модернизация есть пространственная экспансия человека через посредство техники, совокупность его внешних расширений. При этом «жёсткий материально-технический каркас» артефакта остаётся как бы по ту сторону русского самосознания, отводя технике совершенно особое место среди элементов «генотипа» отечественной цивилизации [4]. Машина для российского менталитета есть не «смерть, подчиняющая человека своей примитивной механике», а «поэзия, воздействующая на наши руки» [5, с. 412]; техника – «явление духа, момент в его пути, ... умерщвляющий материю и от противного способствующий освобождению» [6, с. 243]. Рассматривая технику в рамках теории органопроекций, мы можем в качестве рабочей гипотезы принять, что пространственная экспансия, свойственная *Homo sapiens* в его антибиологической, контр-адаптационной деятельности, для российского варианта

цивилизационного развития носит скорее духовный, нежели материальный характер. Это задаёт культурцентристские акценты модернизации и на феноменальном, и на ноуменальном уровнях, которые, на наш взгляд, чрезвычайно важны сейчас, когда при относительной стабильности общественного бытия слабеют смысловые контуры общественного сознания.

Модернизация есть определённая духовная практика переживания времени, контуры которой становятся ощутимы в эпоху перемен. Примеряя на себя инородный «жизненный мир», мы представляем «прогнозируемый финал и артикулируемая конечная цель» [7] как нечто чрезвычайно желанное для мысли, но не для практического воплощения. По сути своей данный проект, периодически возобновляемый в наших социальных практиках, есть непонимание и неприятие своего места, «топоса», которое выражается через диссонанс по отношению к окружающей среде. Даже отторгая западные ценности, мы не можем отделаться от стойкого ощущения «подлинности» всего инородного, в противовес виртуальности собственного существования. Исторический опыт показывает, что акцентуация на настоящем, в отличие от обращённости к будущему или прошлому, оказывает деструктивное, негативное воздействие на социальные преобразования. Модернизация при всей полисемии понятия значима сейчас главным образом как социальный макропроцесс. Будучи весьма проблематичным в плане своей реализации, он функционирует в общественном сознании и как недостижимый идеал, и одновременно – как нечто, подлежащее преодолению. В этом проявляется описанная Н.А. Бердяевым амбивалентность русского духа, которая в данном случае стремится и рационально осмыслить свою позицию по отношению к модернизации, и обосновать низкую значимость нереализованного и нереализуемого.

#### ***Библиографический список***

1. Хабермас, Ю. Политические работы / Ю. Хабермас. – М.: Праксис, 2005. – 368 с.
2. Хайдеггер, М. Основные проблемы феноменологии / М. Хайдеггер. – СПб.: Высшая религиозно-философская школа, 2001. – 447 с.
3. Хайдеггер, М. Преодоление метафизики [Электронный ресурс] / М. Хайдеггер (режим доступа <http://www.philosophy.ru/library/heideg/met.html>).
4. Кара-Мурза, С. Неполадки в русском доме / С. Кара-Мурза, С. Телегин. – М.: ЭКСМО, Алгоритм, 2004. – 448 с.
5. Мунье, Э. Манифест персонализма / Э. Мунье. – М.: Республика, 1999. – 559 с.
6. Бердяев, Н.А. Судьба России / Н.А. Бердяев. Судьба России: книга статей. – М.: ЭКСМО, 2007. – 640 с. Межуев, Д.В.
7. Ценности современности в контексте модернизации и глобализации [Электронный ресурс] // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». 2009. №1.

***А.А. Попель***

### **ОНТОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

Впервые термин «социальный интеллект» был введен в психологию Э. Торндайком в 1920 году и обозначал общую способность понимать других людей и действовать мудро в отношении к ним. Некоторые ученые рассматривали социальный интеллект как один из уровней проявления общего интеллекта; в этом плане наиболее значимыми являются модели интеллекта Дж. Гилфорда и Г. Айзенка. В модели интеллекта Г. Айзенка выделены три относительно самостоятельных вида интеллекта. Согласно данной модели, социальный интеллект – это интеллект индивида, формирующийся в ходе его социализации под воздействием условий определенной социальной среды.

Дж. Гилфорд, напротив, рассматривал социальный интеллект как систему интеллектуальных способностей, независимых от фактора общего интеллекта и связанных, прежде всего, с познанием поведенческой информации. Р. Стернберг также предложил достаточно оригинальную концепцию социального интеллекта, как разновидности

практического интеллекта – он отказался от применения каких-либо тестов и сосредоточил свое внимание на понимании социального интеллекта простыми людьми, которые выделили в нем ряд способностей: 1) способность к решению практических задач; 2) вербальная способность; 3) социальная компетентность [1].

Относительно недавно Ч. Космитски и О. Джон определили семь составляющих, которые, по всей вероятности, являются главными в концепции социального интеллекта. Это *когнитивные* элементы (оценка перспективы, понимание людей, знание социальных правил, открытость в отношении к окружающим) и *поведенческие* элементы (способность к сотрудничеству, социальная адаптивность, теплота в межличностных отношениях).

В отечественной психологии социальный интеллект также долго не являлся предметом научного исследования, одной из первых его описала М.И. Бобнева [2, 3].

Согласно автору, социально-психологическое развитие личности предполагает развитие определенных способностей и свойств, обеспечивающих ее социальную адекватность. Такими способностями, по мнению М.И. Бобневой, выступают социальное воображение и социальный интеллект. Социальное воображение определяется автором как способность человека помещать себя в реальный социальный контекст и наметать свою линию поведения в соответствии с ним. Социальный интеллект представляет собой особую способность усматривать и улавливать сложные отношения и зависимости в социальном взаимодействии. Автор особо акцентирует отсутствие связи между уровнем общего и социального интеллекта: высокий интеллектуальный уровень является лишь *необходимым*, но *не достаточным* условием собственно социального развития личности, он может благоприятствовать социальному развитию, но не замещать и не обуславливать его.

Другой отечественный исследователь социального интеллекта Ю.Н. Емельянов определяет его как сферу возможностей субъект-субъектного познания индивида, понимая под этим устойчивую способность понимать как самого себя, так и других людей, их взаимоотношения и на основе данных знаний прогнозировать межличностные события [4]. Для обозначения данной способности автор предлагает использовать термин «коммуникативная компетенция», схожий с понятием социального интеллекта.

В работе А.Л. Южаниновой [5] социальный интеллект выделен как третья характеристика интеллектуальной структуры, в дополнение к практическому и логическому интеллекту. Принципиальное различие между ними заключается в том, что социальный интеллект отражает сферу не субъект-объектных, а субъект-субъектных отношений. Автор рассматривает социальный интеллект как особую социальную способность, которую можно образно представить в трех измерениях: социально-перцептивные способности, социальное воображение и социальная техника общения.

Исследования А.Л. Южаниновой, а также ряд других, показали слабую связь социального интеллекта с оценками общего интеллекта. Полученные данные действительно позволяют говорить о правомерности выделения социального интеллекта в качестве самостоятельного компонента общей системы познавательных способностей личности. Данный вывод может быть успешно проиллюстрирован многочисленными примерами из обыденной жизни, когда люди, имеющие высокий академический интеллект, оказываются беспомощными в области межличностных отношений.

Одной из последних по времени возникновения является концепция социального интеллекта, предложенная В.Н. Куницыной [6,7]. Автор описывает данный феномен как многомерную, сложную структуру, имеющую следующие аспекты: коммуникативно-личностный потенциал, характеристики самосознания, социальная перцепция, энергетические характеристики.

На основе обозначенных критериев В.Н. Куницына предлагает определение социального интеллекта, как глобальной способности, возникающей на базе комплекса интеллектуальных, личностных, коммуникативных и поведенческих черт, включая уровень энергетической обеспеченности процессов саморегуляции; эти черты обуславливают прогнозирование развития межличностных ситуаций, интерпретацию информации и поведения, готовность к социальному



взаимодействию и принятию решений. Социальный интеллект помогает человеку прогнозировать развитие межличностных событий, обостряет интуицию, предусмотрительность и обеспечивает психологическую выносливость [6, с. 470].

Также представляет интерес работа Н.А. Аминова и М.В. Молоканова [8], в которой изучается связь социального интеллекта и профессиональной направленности личности.

Проблема социального интеллекта является наименее проработанной областью когнитивной психологии, требующей объединения усилий международного научного сообщества в ее решении.

### ***Библиографический список***

1. Практический интеллект / Р.Дж. Стернберг, Дж. Б. Форсайт, Дж. Хедланд и др. – СПб.: Питер, 2002. – 272 с.
2. Социальная психология личности; под ред. М.И. Бобневой, Е.В. Шороховой Е.В. - М.: Наука, 1979. – 344 с.
3. Бобнева, М.И. Социальные нормы и регуляции поведения / М.И. Бобнева. – М.: Наука, 1978. – 311 с.
4. Емельянов, Ю.Н. Теория формирования и практика совершенствования коммуникативной компетентности: Автореф. дисс. докт. психол. наук. – Л., 1991.
5. Южанинова, А.Л. К проблеме диагностики социального интеллекта личности// Проблемы оценивания в психологии: Сборник трудов – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 1984. – С. 95–111.
6. Куницына, В.Н. Межличностное общение. учебник для вузов / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
7. Куницына, В.Н. Стиль общения и его формирование / В.Н. Куницына. - Л., 1985.
8. Аминов Н.А., Молоканов М.В. О компонентах специальных способностей будущих школьных психологов // Психологический журнал.- 1992.-№ 5.- С.104-111.
9. Куницына, В.Н. Социальная компетентность и социальный интеллект: структура, функции, взаимоотношение// Теоретические и прикладные вопросы психологии.– СПб., 1995.
10. Социальный интеллект: Теория, измерение, исследования; под ред. Д. В. Люсина, Д. В. Ушакова.— М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. – 176 с. (Труды Института психологии РАН).

***О.А. Пронина***

## **ВОЗДЕЙСТВИЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО**

Современные технологии дают человеку огромное количество возможностей, недоступных ранее. В наши дни люди с легкостью могут увидеть страны, в которых никогда не были, услышать звуки, с которыми никогда не сталкивались в реальной жизни, пообщаться с людьми, живущими на расстоянии тысяч километров. Мультимедийные технологии, таким образом, расширяют границы нашего зрения, слуха, расширяют нас самих до размеров всего мира.

Но, одновременно с нашим проникновением в уголки окружающего нас мира, этот мир, в свою очередь, проникает в нас, в нашу жизнь. Это приводит к тому, что на нас начинают влиять все происходящие в мире события, и мы вынуждены откликаться на них своими эмоциями и действиями. Мы растрачиваем себя в уплату за знание, даже если порою это знание нам и не нужно.

С этой точки зрения, становится ясно, почему по результатам социальных исследований люди, которые не пользуются, к примеру, телевидением, считают себя более счастливыми, нежели те, кто включает телевизор регулярно. Отказавшись от телевидения, они отказываются от растраты своих эмоций, своего времени, своих сил на переживание событий, с ними не связанных. Они уделяют больше внимания своей собственной жизни, что делает их жизнь лучше. И причина разного самочувствия людей вовсе не в том, что телевидение плохо само по себе, и даже не в том, что плоха преподносимая с помощью телевидения информация, а в том,

как данное расширение человека вовне действует на него и как это воздействие используется «владельцами» эфира.

В своих трудах Маршал Маклюэн разделяет все средства массовой информации на горячие и холодные. «Горячие средства характеризуются низкой степенью участия аудитории, а холодные – высокой степенью ее участия, или достраивания ею недостающего», – пишет он в своей книге «Понимание медиа: внешние расширения человека». Безусловно, телевидение – горячее средство коммуникации. Оно не требует от своего пользователя никакой активности, кроме простого наблюдения за происходящим на экране. Казалось бы, оно должно стать прекрасным средством разгрузки (так, кстати, и считают многие), но вместо этого человек с головой погружается в предлагаемый ему контент. «Расширение нас во вне приводит нас в состояние оцепенения» – считает Маклюэн. Желая расслабиться, человек начинает бездумно, как губка, впитывать преподносимые ему идеи, суждения, стереотипы. В середине XX века таким же воздействием на массы обладало радио.

Почему же сейчас телевидение вытеснило радио, превратившееся в набор развлекательных передач? Во-первых, потому что сегодня телевизор есть в каждом доме (порой даже в каждой комнате), а во-вторых, потому что телевидение, являясь гибридом кинематографа и радио, подвергает человеческое «Я» в еще большее оцепенение. Воздействие такого гибрида равно даже не сумме двух составляющих, а их произведению.

Коммуникации сегодня превратились из человеческого инструмента в способ существования человека. Уже невозможно представить себе нашу повседневную жизнь без средств коммуникации, причем, чем больше информации мы можем получить, тем более зависимыми от этого средства становимся. Сейчас для основной массы населения нашей страны таким средством является именно телевидение. Спустя пару поколений на смену телевидению придет Интернет, а про радио, скорее всего, совершенно забудут.

Итак, на сегодняшний день, телевидение пока основное средство массовой коммуникации. Оно влияет на каждого человека посредством воздействия на общество, равно как воздействия на общество посредством влияния на отдельного человека. Именно поэтому важно правильно понимать принципы этого воздействия.

Усвоение личностью образцов культуры всегда происходило, прежде всего, с помощью особого социального института семьи. Времена менялись, и родители стали постепенно передоверять эти функции другим – воспитателям, школе, религиозным организациям. В нашу эпоху значительное место в процессе социализации личности стали играть средства массовой информации, и в последние десятилетия огромную роль в формировании личности стало играть телевидение. Это означает, что телевидение не просто влияет на общество, оно его воспитывает.

Воспитав человека, телевидение начинает им манипулировать, чего люди, зачастую, просто не замечают, ведь они верят в его независимость и нейтральность. А благодаря этой вере, любые манипуляции и провокации остаются незаметны. При этом человеку кажется, что он сам дошел до тех или иных мыслей, сам решил предпринять те или иные действия. Таким образом, телевидение регулирует общественные настроения и жизнь каждой отдельно взятой личности.

Воздействовать на личность гораздо проще, если эта личность изолирована от окружающего мира. Это тоже под силу телевизионным передачам – люди сидят дома, получая от «говорящего ящика» иллюзию причастности ко всему, что происходит вокруг. Мы превратились в нацию домоседов, проводя все свободное время перед экранами телевизоров, а за окном пусть творится что угодно, хоть потоп, лишь бы увидеть очередную серию любимившегося фильма. Все это – негативные составляющие телевидения, о них, конечно, стоит помнить. Стоит понимать, как много времени и сил может отнять у нас «голубой экран». Нужно пользоваться достоинствами телевидения именно как средства массовой информации, а не как заменителя общения, досуга, жизни. К достоинствам телевидения можно отнести программы теленовостей, благодаря которым человек информирован о ситуации в мире и в своей стране. Следующий плюс – это художественные фильмы, а особенно фильмы с глубоким смыслом и хорошей игрой актеров. Такой фильм может на многое в нашей жизни открыть глаза и многому научить. Кроме того, есть еще одно достоинство телевидения – познавательные и

развлекательные телепередачи, которые дают возможность, расслабиться и узнать что-то новое и интересное.

---

Маклюэн, Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн. – М.: Кучково поле, 2007. – 464 с.

*Л.В. Абрамов*

## **ТЕХНИКА И «ЖИЗНЕННАЯ СРЕДА» ЧЕЛОВЕКА**

Изучение социальной истории техники помогает понять, как тесно связаны человек и техника, развитие техники и развитие общества. В истории цивилизации были эпохи, когда изменения в технике и в жизни общества почти не ощущались. С появлением бронзы и железа преобразования в жизни общества пошли быстрее. Уже в IV - III веках до н. э. в Древней Греции развивались математика, механика, архитектура, кораблестроение. Увеличивалось производство товаров, расширялась торговля. Возникло сословие мастеров-ремесленников. Совершенствуя технику, двигая вперед промышленность и торговлю, люди изменяли условия собственной жизни. Теперь они уже не могли жить, как раньше. В результате организация общества тоже становилась другой.

Особенно глубокие и быстрые изменения в технике произошли в конце XVIII – начале XIX в. Ткацкий механический челнок Джона Кея, паровой двигатель Джеймса Уатта и другие великие изобретения положили начало индустриализации. В возникшем промышленном обществе начались глубокие социальные сдвиги, появились иные потребности и запросы. Чтобы удовлетворить их, создают новые технические средства. Получается так: человек развивает технику, техника, в свою очередь, изменяет мир человека и самого человека, человек и техника вместе преобразуют природу.

К середине XX века мечта Фрэнсиса Бэкона как будто сбылась: промышленная революция и индустриализация дали вооруженному наукой и техникой человечеству ощущение власти над миром. Но тут стало очевидным то, чего не понимали мудрецы прошлого. Земля оказалась слишком мала, чтобы вместить всю созданную человеком продукцию и отходы промышленности без ущерба для природы.

Что делать: остановиться и затормозить развитие промышленности? Но тогда при росте населения уровень потребления начнёт резко снижаться. Продолжать наращивать техническое вооружение и одновременно усилить охрану природы, создать берегающие её технологии? Однако до сих пор успехи в этой области более чем скромные: промышленность развивается, экологический кризис углубляется, а охрана природы пробивает себе дорогу с большим трудом.

Техническое общество живет стойким мифом о непрерывном развитии техники и о нравственном «отставании» от нее людей. Оба аспекта взаимосвязаны: благодаря «стагнации» нравов технический прогресс получает новый облик, предстает как единственная надежная ценность, как высшая инстанция нашего общества; тем самым получает оправдание и весь строй производства. Под прикрытием морального противоречия уходят, таким образом, от противоречия реального, состоящего в том, что современная система производства, работая для реального технологического развития, сама же ему и противится (а тем самым противится и перестройке социальных отношений). Миф об идеальной конвергенции техники, производства и потребления прикрывает собой всевозможные противоречия в политике и экономике. Да и вообще, как может система технических средств и вещей гармонически развиваться, в то время как система отношений между производящими их людьми переживает стагнацию или регресс? Люди и техника, потребности и вещи взаимно структурируют друг друга – к лучшему или к худшему. В ареале той или иной данной цивилизации структуры индивида и общества связаны с технико-функциональными особенностями едва ли не универсальным законом. Он действует и в нашей технической цивилизации: техника и вещи

страдают от той же порабощенности, что и люди, – процесс их конкретного структурирования, то есть объективный технический прогресс, страдает от тех же задержек, отклонений и отступлений назад, что и процесс конкретной социализации человеческих отношений, то есть объективный социальный прогресс. Вещи как бы болеют раком: безудержное размножение в них внеструктурных элементов, сообщающее вещи ее самоуверенность – это ведь своего рода опухоль. А между тем именно на таких внеструктурных элементах (автоматике, аксессуарах, несущественных отличиях) зиждется вся система моды и управляемого потребления. Именно к ним, как к своему завершению, стремится техническая эволюция.

Люди и техника должны жить в согласии. В это согласие человек вкладывает знание, образованность, рабочие навыки и умения, т.е. профессиональную компетентность. Вклад же техники – сила, точность, быстрота, производительность. Чем совершеннее техника, тем выше требования к человеку. Но проблема сотрудничества людей и машин далеко не проста. Человек обладает уникальными, но ограниченными психическими, физиологическими и другими возможностями. Поэтому «подгонять» людей под технику бессмысленно. Разумнее приспособлять технику к человеку. Поэтому посредником между человеком и рабочей машиной становится «усилитель человеческого интеллекта» компьютер, универсальный инструмент для обработки информации.

Эпоха глобальных информационных технологий только началась. Значительная часть создаваемой человечеством информации уже представлена в цифровом виде и передана в любую точку Земли по информационным сетям. Полноценный член общества нового тысячелетия должен каждодневно и эффективно взаимодействовать с компьютерными информационными сетями, от локального до планетарного уровня. Степень умения работать с информационными инфраструктурами станет во многом определять социальный статус индивидуума. Область отношений человека с компьютером предельно красноречивый случай взаимоотношений с техникой, культурой и цивилизацией. Компьютерная техника, как всякая техника, есть вызов, на который надо отвечать.

Техника играет в жизни людей очень важную роль. Она чудесным образом решает множество проблем. Но не техника определяет смысл и цель существования человека. И не от машин и механизмов зависят его счастье или несчастье. Разве человек в окружении самого современного электронного оборудования обязательно счастлив? Разве техника способна помочь в несчастной любви, найти в жизни верных и близких друзей, освободиться от зависти и ревности? Безусловно, нет. Но, может быть, кто-то думает иначе?

*Е.О. Бородин*

## **ПОДАВЛЯЕТ ЛИ РОССИЙСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ СВОБОДУ СЛОВА?**

Свобода слова, свобода печати, а также право индивида на получение полноценной объективной информации являются неотъемлемыми правами представляемыми естественным условием взаимодействия СМИ и аудитории, и декларируются статьей 38-й Закона РФ «О средствах массовой информации» [1]. Но в настоящее время эти права, к сожалению, не входят в число ценностных приоритетов большинства современных российских телеканалов.

Проблема нарушения этих прав становится особо актуальной в России в силу ограниченности количества центральных каналов, а также безальтернативности, которая зачастую связана с проблемой приема спутниковых сигналов в ряде регионов страны. Эти факторы делают телевидение самым мощным средством управления и формирования массового сознания.

Телевидение регулирует поведение и миропонимание людей. СМИ внушают соответствующие представления о существующем в мире, пытаются навязать идеалы, согласно которым что-то считается хорошим, другое – приемлемым, а третье – недопустимым, формируют такие понятия, как оценки-отношения и оценочные наименования (например,

отношение общества к экстремистским группировкам зависит от того, как называть тех, кто туда входит, - террористами, повстанцами, боевиками или партизанами).

Таким образом, можно прийти к выводу, что в настоящее время телевидение - это недемократическая сила, которая использует известные технологии воздействия, искажая информационную картину действительности. В российской научной мысли бытует мнение, что весь период советской истории при активном участии СМИ сфальсифицирован «почти полностью», а интерпретация Великой Отечественной войны отражена с большими неточностями и историческими пробелами [2]. Обращая внимание на новостные блоки, можно заметить в их содержании присутствие однотипного и строго дозированного информационного потока. В основном доминируют скоротечные организованные сюжеты (встречи Президента РФ с членами Правительства, лидерами регионов и т.д.), непрменные фрагменты из США и Ирана. Новости же промышленного производства и сельского хозяйства, духовная жизнь народа, его стремления, миропонимание практически невозможно узнать из таких передач, как «Время» или «Вести». С развитием инновационных технологий растет профессиональная сложность создания «культурных проектов», а с другой стороны, происходит деградация их человеческого смысла и ценности. С большим сожалением можно отметить, что практически отсутствует открытый диалог телевидения с аудиторией, что исключает возможность вмешательства телезрителей в журналистскую интерпретацию событий. А это и есть нарушение статьи Конституции РФ, гарантирующей свободу слова каждому. Реализация данной статьи подразумевает полноценный диалог телезрителей и телеведущих, предполагающий предоставление одинакового по продолжительности эфирного времени [3]. Несмотря на то, что технически организовать такой диалог непросто, но при правильном подходе и поддержке со стороны властных структур это будет важнейшим шагом к интерактивному телевидению, основанному на взаимодействии зрителя с телеэкраном, а также на активном участии зрителя в происходящих событиях.

Создание грамотно организованного интерактивного телевидения сможет простимулировать рост социальной активности граждан, что в свою очередь приведет к созданию альтернативных авторских программ. В настоящее время в России уместно говорить об отсутствии в стране по-настоящему независимого общественного телевидения, свободного от рекламы, а значит – от финансовых и политических интересов отдельных групп. Определенное недовольство выражают лидеры оппозиционных партий и партий меньшинства, ссылаясь на то, что телевидение искажает социокультурную картину страны, лишая оппозиционные силы полноценного присутствия в эфире.

Изучая практику ведущих стран мира в области средств массовой информации, можно отметить наличие хорошо отлаженной системы интерактивного телевидения. Возможно, такая эффективная практика обусловлена во многом четким контролем властных структур за деятельностью СМИ, созданием специальных государственных органов, отвечающих за контроль средств коммуникации и их функционирование, исключая возможности монополизации телеканалов и пропагандированием принципов и идеалов руководства канала. России в свою очередь целесообразно бы было перенять практику зарубежных государств, и создать какой-либо квази-государственный орган или совет по делам телевидения при Президенте РФ. Функциями же контролирующего органа могли бы стать отслеживание содержания эфирных программ на предмет соответствия нравственным нормам, интересам государства и граждан. Если же говорить об общественном телевидении, то его цели являются более узкими и очевидными – представлять широкое разнообразие качественных программ, объективно освещать многообразную – политическую, экономическую, культурную и т.д. – жизнь страны, обеспечивать на деле свободу слова в эфире.

В заключении хочется отметить, что возможность создания интерактивного телевидения в российских реалиях существует, но пока, несмотря на все реформы Государственной думы в области СМИ, данный проект остается лишь в далекой перспективе. Поскольку РФ позиционирует себя как демократическое государство, то российское общество ждет от

государства соблюдения законодательно предусмотренного права на всестороннюю информацию. Проблема возвращения к традиционным духовным ценностям, нормам государственности, патриотизма и нравственности современного телевидения является наиболее обсуждаемой и злободневной в российском обществе.

#### ***Библиографический список***

1. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации»; Постановление Верховного Совета Российской Федерации: О порядке введения в действие Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации». – М.: Республика, 1992. – 46 с.
2. Сергиевич, А. Деморализующее начало // Литературная газета. – 12-18 мая 2004. - №18 (5971). – С. 9-11.
3. Брилль, А. Закрытый эфир, или О пользе диалогов // Литературная газета. – 2-8 февраля 2005. - №4 (6007). – С. 9-14.
4. Всемирная энциклопедия: Философия / сост. А.А. Грицанов. – М.: АСТ, Мн.: Харвест, Современный литератор, 2001. – 1312 с.
5. Философский энциклопедический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 576 с.

***В.Е. Носов***

### **РАДИО – НЕВЫМИРАЮЩЕЕ СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ**

Маршал Маклюэн в своей книге «Понимание медиа: внешнее расширение человека» описывает радио как «горячее» средство коммуникации, т.е. характеризующееся низкой степенью участия аудитории. Оно не требует от своих пользователей такой степени участия, как например телевидение. Радио может служить фоновым звуком или средством контроля уровня шума. Телевидение не может работать в качестве фона, оно вас захватывает, и вы должны быть вместе с ним.

Радио приобретает статус средства массовой коммуникации в первой половине двадцатого века, а именно в 1916 году, когда американская радиостанция 9ХМ (в настоящее время называется WHA) начала регулярное вещание своих передач. Дальнейшее развитие радиовещания было стремительным. Появление множества каналов вещания и частот их пропускания привело к росту количества радиостанций во всем мире. В настоящее время все радиостанции можно разделить на три основных группы по их тематической направленности:

- универсальные, включающие широкий спектр информационных, аналитических, художественных, развлекательных программ («Радио России», «Маяк»);
- информационные, главным компонентом программ являются выпуски новостей («Эхо Москвы»);
- музыкальные станции.

Отличительной особенностью телевидения от радио является то, что оно «холодное» средство коммуникации, т.е. в противовес «горячему» оно требует большей степени участия аудитории. Оно отвергает «горячие» фигуры, «горячие» проблемы и людей из таких «горячих» средств, как пресса. Появись телевидение в широких масштабах во время правления Гитлера, и он бы скоро исчез из виду; приди телевидение еще раньше, и Гитлера вообще бы не было. Когда на американском телевидении появился Хрущев, он был более приемлем, чем Никсон, в качестве клоуна и пользующегося у нас любовью ребячливого старикана. Телевидение сделало его появление комическим номером. Радио, являющееся «горячим» средством, принимает карикатурные персонажи всерьез. На радио господин Х превратился бы в иное высказывание. Те, кому довелось слышать по радио дебаты Кеннеди и Никсона, вынесли из них твердое убеждение в превосходстве Никсона. Фатальный промах Никсона состоял в том, что «холодному» телевизионному средству коммуникации были предложены резкие, высокоопределенные образ и действие, а телевидение перевело этот резкий образ во впечатление пустозвонства.

Принципиальное различие этих двух средств коммуникации состоит в способе их восприятия. Ухо, в отличие от нейтрального глаза, сверхчувствительно. Ухо нетерпимо, закрыто и эксклюзивно, тогда как глаз открыт, нейтрален и общителен. Когда мы садимся поговорить в темной комнате, слова внезапно приобретают новые значения и иные текстуры.

С появлением телевидения радио обратилось к индивидуальным потребностям людей в разное время суток, и этот факт сопровождается проникновением многочисленных радиоприемников в спальни, ванные комнаты, кухни, автомобили, а теперь и в карманы. Людям, занятым разными видами деятельности, предлагаются разные программы. Радио, бывшее некогда формой группового прослушивания, опустошившей церкви, с появлением телевидения вновь вернулось в частное и индивидуальное пользование. Тинэйджер выпадает из телевизионной группы, дабы прильнуть к своему частному радиоприемнику.

Как уже было отмечено выше, радио не требует большой степени участия своих слушателей, что дает два эффекта (положительного и отрицательного). Положительный – это то, что человек во время прослушивания радио может заниматься своими делами. И представьте, например, автомобилиста, который предпочел радио телевидению – далеко ли он уедет? Но у любого плюса всегда найдется минус. Использование радио как фона неизбежно ведет к значительным потерям информации.

В настоящее время встает вопрос о контроле над содержанием и распространением информации, т.е. цензуре массовых средств коммуникации. В этом плане радио имеет более высокую степень самозащищенности чем газеты или телевидение и тем более Интернет, в котором цензура вообще отсутствует. Из этих соображений следует вывод что родители, выбравшие для своих детей прослушивание радиопередач, нежели просмотр телевизора, могут быть увереннее в их духовной и нравственной защите.

В наше время радио не только не потеряло свою целевую аудиторию, но даже приобрела ее в качестве миллиона людей, ежедневно простаивающих в автомобильных пробках во всем мире.

---

1. Маклюэн, Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн. – М.: Кучково поле, 2007. – 464 с.

*С.Н. Засыпкин*

## **ОНТОЛОГИЯ ИНВЕКТИВНОГО ДИСКУРСА**

Под термином «инвектива» [1] подразумеваются все разновидности словесного выражения человеческой неприязни и агрессии, понимая это слово широко, не только как «выпад против кого-либо», но и как употребление любого слова, которое может восприниматься в бранном смысле и может быть направлено как на другого человека, так и на самого говорящего.

Инвектива есть агрессия активная, прямая, словесная, которую можно рассматривать как трансформацию поступка. Однако следует отметить, что действие инвективы как агрессивного поведения всегда двунаправлено. От нее страдает как сам инвектум, так и слушатель/слушатели. Происходит обрушение и низвержение общепринятых норм коммуникации, участники коммуникации оказываются в равных условиях инвективного дискурса, так как сам инвектум также должен примерить на себя свою речь, чтобы оценить, насколько она будет оскорбительной и непристойной. В разных культурах оказываются табуированными различные феномены, влекущие за собой табуирование символов и кодов с ними связанных. Запрет именно этих феноменов связан с идеологией (У. Эко), менталитетом (английская школа анналов), космо-психо-логосом (А. Гачев), архивом (М. Фуко) определенной социальной группы. Однако, несмотря на социальное порицание инвективного словоупотребления оно имеет место быть в

повседневном общении любой социальной группы, следовательно, выполняет определенные функции в процессе коммуникации. Самая основная функция инвективы [2], от которой производны все остальные, — это инвектива как средство выражения земного, профанного начала, противопоставленного началу священному, сакральному. Профанная функция инвективы естественным образом предоставляет возможность катарсиса. Таким образом, вторая функция инвективы — катаргическая, то есть возможность получить с ее помощью психологическое облегчение. Важные культурные функции инвективы [3] — это «ассенизационная», «промокательная» функция, очищающая другие слова и делающая возможным употребление этих других слов в обществе, освобождая их от запрещения; и функция цивилизации отношений, снижающая возможность или необходимость прямой физической атаки. Дальнейшие функции инвективы исключительно носят коммуникативный характер.

Необходимо отметить, что в функциональном плане инвективная лексика представляет собой живой подслон, подверженный серьезным изменениям, не затрагивающим, однако, самой сущности явления. В терминах психологии инвективу можно определить как средство преобразования своей окружающей среды, делая ее более комфортной для сквернословя в эмоциональном и социальном плане. Инвектум как бы творит новый социальный мир вокруг себя, обрушая социальные нормы, создавая свои более приемлемые и управляемые именно самим сквернословом. Это возможно за счет свойств самого феномена инвективы, т.к. и инвектум, и инвектируемый оказываются в одинаковой приземленной ситуации, ситуации обрушения социальных норм общения [4].

Стратегии реализации инвективного дискурса в разных культурах различны. Б.А. Успенский [5], рассматривая этимологию русской брани, считал, что матерная брань связана с культом земли и мифологией пса; в основе матерной брани лежит образ пса, оскверняющего землю. Функциональная нагрузка такой лексики диалектична: с одной стороны, культовая, доставшаяся в наследство от язычества, с другой стороны, высмеивание язычества в пользу христианства. Синтезом же этих функций стало использование матерной брани как проклятия и как оберега от злых языческих духов, которых признало православие. Б.А. Успенский подчеркивает еще одну важную функцию злой лаи: адаптация к культуре и успешное вживание в среду. Европейскую инвективную стратегию М. М. Бахтин [6] выразил следующим образом: для Средневековья характерен «безмерный разрыв между словом и телом», когда религия воспевала победу духа над телом, отрицала и поносила тело как нечто противоречащее святым идеалам, мешающее их воплощению. И естественно, что физическая сторона бытия, лишенная духовности, стала восприниматься как нечто бесконечно грязное и порочное. Но соответствующее отношение нуждалось в словах, его выражающих. Эти слова должны были противоречить словам официальной идеологии. Т.е. оказались табуированными феномены и слова, связанные с человеческим низом. Арабо-мусульманская инвективная стратегия отличается тем, что ислам не табуирует так жестко, как христианство, профанное начало. Поэтому стратегия реализуется через запрещение выражения мусульманских религиозных ценностей неканоническими средствами. Также мусульманина можно оскорбить, описывая его языковыми средствами, традиционно используемыми для восхваления женщин.

Инвектива повсеместна, т.е. может использоваться во всех ситуациях общения; универсальна, т.е. способна выполнять обширный круг антагонистических задач в процессе коммуникации, начиная от установления контакта и заканчивая оскорблением собеседника; амбивалентна, т.е. всегда двунаправлена; стабильна, т.е. на протяжении, как минимум, 25 лет 80% случаев употребления составляют одни и те же слова [7].

#### *Библиографический список*

1. Жельвис, В.И. «Грубость»: проблема классификации лексики// Фразеологизм и слово в национально-культурном дискурсе (лингвистический и лингво-методический аспект): Международная научно-практическая конференция, посвященная юбилею д.ф.н., проф. А.М. Мелерovich. - Москва - Кострома, 2008. - С. 75.



2. Жельвис, В.И. Поле брани: сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира / В.И. Жельвис. - М., 2001. – с. 109
3. Там же, с. 128
4. Jay, T., Janschewitz, K. The pragmatics of swearing // Journal of politeness research, 4. С. 280
5. Успенский, Б.А. Избранные труды. Т.2 / Б.А. Успенский. - М., 1994, с.53 -128
6. Бахтин, М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. - М., 1990. с. 320
7. Jay, T. The utility and ubiquity of taboo words // Perspective on psychological science. Vol. 4, Number 2 С. 156.

## Секция 5

---

# РЕАЛЬНЫЕ И ВИРТУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ: РАЗВИТИЕ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

---

*Председатель:* Н.В. Смирнова, доктор социологических наук, профессор кафедры «Методология, история и философия науки»

*Заместитель председателя:* В.М. Маслов, кандидат философских наук, доцент кафедры «Методология, история и философия науки»

*Ответственный секретарь:* В. Романова, студентка ФКТ

*Н.В. Смирнова*

### ИНТЕРНЕТ КАК РИЗОМА: ОНТОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КИБЕРПРОСТРАНСТВА

Характеризуя сеть Интернет, мы чаще всего употребляем термин «виртуальная реальность», понимая под этим и нечетко структурированный глобальный гипертекст, и специфические социальные отношения, складывающиеся между людьми и их группами в процессе виртуальной коммуникации. Но, хотя исследования этого феномена продолжаются почти полтора десятка лет, определенной категориальной матрицы научного анализа всей совокупности виртуальных явлений не существует и сегодня.

В связи с этим обратим внимание на то, что понятие виртуальной реальности и комплекс явлений, обозначаемый как Интернет, не являются тождественными множествами. Сеть Интернет есть лишь одна из форм виртуальности, присущих обществу. Точнее, это – киберпространство, структурированное и функционирующее по принципу ризомы. Термин «ризома» биологический и используется в исследованиях виртуальных процессов в качестве образа, который позволяет обозначить системную специфику глобальной сети. Уточним, почему виртуальная реальность не сводится только к глобальной сети, и почему именно биологический термин наиболее точно отражает структурно-функциональное устройство сети Интернет.

Процесс виртуализации изначально присущ человеческому мышлению. Сам интеллект есть сложившаяся в процессе эволюции форма адаптации *Homo sapiens*, и сущность его заключается в способности решать встающие проблемы в интеллигибельной форме – путем мысленного моделирования и преобразования реальности. Если понимать под виртуализацией любое замещение реальности ее образом, то творчество, по сути, есть виртуальный процесс. Замещающий образ нематериален, имеет условные параметры. Его мысленное преобразование может иметь или не иметь последующего материального воплощения. Итак, уже в процессе творческой деятельности человек оперирует с объектами виртуальной реальности. Даже одностороннее восприятие большинства артефактов также вводит человека в виртуальный мир: чтение книги, просмотр кинофильма, даже созерцание картины – есть восприятие виртуальных объектов и переживание виртуальных процессов.

Следовательно, виртуальная реальность в широком смысле есть пространство существования любых символических конструкторов. Оно складывается в процессе социальной (в

узком смысле, психической) деятельности человека, обретает объективное существование и изначально «удваивает» человеческий мир. А в концепции Ричарда Рорти это – даже не удвоение, а *n*-мерное миротворение: каждый виртуальный мир создается человеком путем декомпозиции предыдущего, через создание новых объектов, реконструкции и упорядочивания существовавших ранее виртуальных миров.

С появлением электронных технологий разновидностью виртуальной реальности стало любой информационно определенное взаимодействие человека и электронного устройства. Назовем в качестве примеров игровое пространство, интерактивные образовательные программы, многообразное моделирование объектов научного исследования с помощью компьютерных программ и т.д. В этих случаях человек вступает в коммуникацию без непосредственного взаимодействия с другим человеком и его действия разворачиваются в рамках заданных программой ограничений и возможностей. В этом случае он – пользователь.

Структурирование и трансформация образов в сети Интернет связаны с принципиально новыми технологическими возможностями. Это и включение человека в социальные сети, что означает уже не только удвоение мира на реальный и виртуальный, но и появление иного «виртуального» общества, структурно отличного от реального социума. И появление другого сущностного параметра виртуальности: включенности в нее человека в качестве почти неограниченного в своих возможностях Демиурга. Обратимость времени, возможность создавать безгранично большое количество содержательно и структурно разнородных объектов в течение предельно малого времени, пространственные параметры, принципиально отличные от параметров физической реальности – это лишь некоторые черты глобальной сети как нового вида виртуальной реальности. Их совокупность с легкой руки американского писателя-фантаста Уильяма Гибсона (роман «Нейромант», 1984 г.) стали обозначать термином «киберпространство». В современной науке этот термин используется для обозначения всех электронных систем, в совокупности формирующих глобальный объем информации.

Исследование свойств сети Интернет как киберпространства сегодня является проблемой большого комплекса наук – от квантовой физики и информатики до социологии, медицины и кибергеографии. Два главных направления исследований: свойства киберпространства как нечетко структурированного гипертекста и его свойства как особой формы социальности, специфического виртуального социума.

Социологи исследуют сегодня, прежде всего, многообразные виды веб-сообществ (e-community). А для обозначения совокупных свойств глобальной сети как гипертекста все чаще используют термин «ризом», введенный в постмодернистское мышление Ж. Делезом и Ф. Гваттари. В ботанике он обозначает разновидность корневого строения растений, в котором отсутствует стержневой корень, множество корневых побегов хаотически переплетены, а их периодическое отмирание и регенерация практически непредсказуемы. Делез и Гваттари впервые использовали этот термин в 1976 г. в рамках номадологического проекта – новой модели реальности, фиксирующей внеструктурный и нелинейный способ системной организации мира. Киберпространство сети Интернет как ризомы не имеет дискретной пространственной дифференцированности, следовательно, не обладает жесткой (четкой) структурой. В нем нельзя выделить оппозиции «внешнее-внутреннее», «прошлое-будущее», случайность является в нем таким же имманентным свойством, как и детерминация.

Человек создает и осваивает его в форме когнитивных, смыслообразующих процедур, объективирует его и оказывается в информационной, социальной, психологической, технологической зависимости от своего творения. Киберпространство характеризуется связанностью, гетерогенностью, лакуностью (в терминологии Делеза и Гваттари – незначимыми разрывами), безграничной множественностью, картографичностью (относительностью, условностью определения координат объекта), фрактальностью (в терминологии постмодерна – декалькоманией). Устойчивость отдельных фрагментов сети (плато) временна, а ее изменения имеют пульсирующий характер.

Фундаментальные параметры киберпространства создают особую среду разворачивания социальных свойств коммуникации, особые условия социального взаимодействия. Какие они, и

каким образом меняют жизнедеятельность человека – это предмет размышлений многих исследователей. Вопрос в том, соответствуют ли темпы движения научной мысли, осознающей особенности этого вида виртуальной реальности, темпам ее технологической динамики?

*В.М. Маслов*

### **ТРИ КРУГА «ВИРТУАЛЬНОЙ» КОММУНИКАЦИИ**

Начавшееся с 80-х гг. XX в. широкое использование «виртуальности», «виртуальной реальности» (ВР) в достаточно разных смыслах привело к тому, что сегодня стоит вопрос, о сохранение «виртуальности» для науки. Возможна ли объединяющая, общая теория виртуальности? Если, нет, какое из существующих представлений о «виртуальности» следует принимать как понятие виртуальности?

В основу классификации «виртуальных» представлений нужно положить философскую масштабность, а именно, время (прошое, настоящее, будущее) и центральные разделы философского знания (онтология, гносеология, человекознание/психология, социология, футурология, философия техники). В итоге обнаруживаем три смысловых блока в понимании ВР: «блок онтологической виртуальности», «блок виртуальной реальности», «блок футуристической виртуальной свободы/порабощения».

Первое множество – «блок онтологической виртуальности» – объединяет позиции, исходящие из того, что в понимании современной ВР определяющим являются прошлые (примерно до 80-х гг. XX в.) смыслы «виртуального». Интерес же к области значений «виртуального», так или иначе, выводит на самый известный (загадочный) в прошлом феномен «виртуального» – виртуальные частицы в квантовой физике, тем самым определяя онтологический характер, основу этих трактовок «виртуальности» и ВР. «Виртуальность», ВР здесь понимается или «помещается» в следующие смысловые контексты: возможности, альтернативности (И.А. Акчурина, В.Л. Васюков, Н.И. Губанов и др.); порожденности, автономности, актуальности, интерактивности, полионтичности (И.Г. Корсунцев, Н.А. Носов, М.Ю. Опенков и др.); системности, энтелехиальности (И.А. Акчурина, В.А. Гаврилюк, В.И. Сагатовский и др.); минимума, мнимости бытия (Т.А. Апинян, М.С. Каган, С.С. Хоружий и др.); информации (Е.В. Грязнова, Н.И. Губанов, М. Хайм и др.).

Второе множество – «виртуальный блок реальности» – объединяет позиции, трактующие «виртуальность», ВР как социальные или психологические феномены, т.е. как явления, возникающие только с появлением общества и человека. Ключевым в этом случае является феномен субъективного идеализма, который начал понимать окружающую нас реальность только как продукт человеческой, субъективной активности. Для ряда авторов «виртуальность», ВР актуализирует уже известные из прошлой мысли темы реальности. Другие специалисты видят в этих понятиях ключ к отражению специфики современного, иллюзорного, электронного, информационного, отчужденного мира. Очень содержательны различные параллели между ВР и искусством. «Виртуальность», ВР здесь понимается или «помещается» в следующие смысловые контексты: внутренняя, психологическая реальность (П.С. Гуревич, В.В. Кучеренко, В.П. Руднев и др.); определенная, внешняя реальность (А. Бюль, А.Е. Войскунский, Г. Лютикова и др.); художественная реальность (А. Артюх, А.Б. Маньковская, А.М. Орлов и др.).

Третье множество – «блок виртуальной футурологической свободы/порабощения» – объединяет позиции, рассматривающие «виртуальность», ВР как новейший технологический феномен, как создаваемый с помощью ЭВМ реальность, которую человек воспринимает реальной реальностью. Собранных здесь авторов интересуют точное определение и смысловые вопросы ВР, главные из которых: насколько ВР, технически и как реальная потребность людей, может перейти из возможности в действительность и как это соотносится с развитием человека и человечества. Ряд специалистов акцентирует внимание на современном состоянии дел в области технологий и продуктов ВР (В.С. Бабенко, Д. Гамильтон, Ф. Хэмит и др.). Интерес других исследователей связан больше с анализом возможного будущего ВР (П.Дж. Бете,

Дж. Ганн, Д. Комм, В.А. Кутырев и др.). Ценную жизненную, философскую информацию о перспективах и претензиях ВкР дают произведения, образы, мысли представителей искусства (Х.Л. Борхес, П. Верховен, С. Лукьяненко и др.). Большое значение для понимания ВР имеют сведения о конкретных достижениях и скорости качественных изменений в ее создании.

Сравнительный анализ «виртуальных» смыслов в этих трех множествах позволяет сделать два вывода. Во-первых, общая теория виртуальности невозможна, а стремление объединить различные представления о «виртуальности» только законсервирует неопределенность в этой области. Во-вторых, наибольшей ценностью для науки обладает понимание виртуального третьего множества. Это обусловлено следующим: виртуальность, ВР получили общемировую известность именно в связи с развитием специфической информационной технологии полного погружения и ее оригинальных атрибутов (видеофон); вся другая «виртуальная» проблематика легко может использовать привычные для мысли понятия (возможность, системность, симулякр и т.д.); согласно некоторым прогнозам эта ВР может появиться в ближайшие тридцать-сорок лет. Приведенное решение позволяет увидеть и три формы качественной коммуникации о виртуальности, определяющие специфику анализа соотношения виртуального и реального общения.

Ориентация на указанные в первом множестве «виртуальные» смыслы, с одной стороны, ведет к неоправданным обобщениям. К примеру, соотнесенность минимальности бытия виртуальных частиц приводит С.С. Хоружего к минимальной ценности, даже опасности ВР, без специального, отдельного анализа последней, поскольку виртуальные частицы задают объективную, онтологическую первичность всей другой «виртуальности». С другой стороны, все это соотносится с модной в современном мире «постмодернистско-синергетической коммуникацией». Особенность последней в том, что здесь приветствуется открытость к богатству возможного смысла, выявление скрытых параллелей. Все это впечатляет, но, к сожалению, современные игры со смыслами оставляют «воз и ныне там».

Поддержка позиций второго указанного множества «виртуального» смысла, с одной стороны, только усложняет или дублирует известные темы. К примеру, очень распространенное соотношение «виртуальности» с симулякрами постмодернистов проходит мимо простого вопроса, зачем вместо «симулякра» или «гиперреальности» употреблять («понятийно тратить») «виртуальность»? С другой стороны, соотнесение «виртуальности» с компьютерной средой, интернетом позволяют ставить, действительно, стоящие вопросы о специфике и взаимосвязи между реальной и виртуальной коммуникациями. Другое дело, что в общем контексте компьютерной реальности, Интернет среды виртуальность, объективно, теряет свою специфику. Не удивляет поэтому, что подавляющее число теоретических сравнительных обсуждений «виртуальной» и реальной коммуникации отдают предпочтение последней.

Ориентация на третье множество виртуального смысла не означает, что ВР обязательно должна восприниматься положительно. Соотнесение виртуальности с полным компьютерным погружением обязательно предполагает, что, прежде всего, виртуальность должна быть продумана из самой себя с максимальной серьезностью. Это предполагает осознание, по крайней мере, четырех моментов. Во-первых, известная символичность мира уравнивает реальный и виртуальный мир, коммуникацию. Во-вторых, только в ВР человек может обрести/реализовать абсолютную свободу. В-третьих, созданный эстетический мир искусства нужно понимать, как предшественник и форму помощи ВР. В-четвертых, если не господство, то высокая распространенность ВР в жизни людей, в принципе, может только качественно улучшить общественную жизнь.

В заключении еще раз подчеркнем: последний выбор не означает, что здесь, априорно, приветствуется ВР, но только то, что действительный разговор о соотношении и перспективах реальной и виртуальной коммуникации начинается только при таком понимании виртуальности, ВР [1].

---

1. Маслов, В.М. Виртуальная реальность: основы, постчеловеческие перспективы и критика: монография / В.М. Маслов. – Н. Новгород: Изд. НГТУ, 2009. – 181 с.

## **НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ B2B: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Интернет кардинально поменял сферу экономики. Уже трудно представить себе современную компанию, которая не имеет собственного сайта или хотя бы адреса электронной почты. И, что не менее важно, люди привыкли пользоваться возможностями Интернет для поиска, клиентов, партнеров, сбора информации. В настоящее время можно говорить об Интернете как новой форме массовых коммуникаций.

По данным ФОМ, охват 37% населения страны, далек от показателей США (74%), а лидер Австралия (80%). Рынок значительный – число пользователей увеличилось в 5 раз за последние 5 лет. Регионы значительно отстают от двух столиц. По результатам исследования ФОМ и Яндекса ([http://download.yandex.ru/company/ya\\_regions\\_report.pdf](http://download.yandex.ru/company/ya_regions_report.pdf)), проведенного в 2009 г., средний охват в регионах 24,5%, в то время как в Москве этот показатель равен 55,4%, а в Санкт-Петербурге – 52,2% населения.

Интернет предоставляет различные формы общения с потенциальными клиентами. По времени отклика и степени интерактивности их можно разделить на три вида:

- одностороннее общение (подкасты, видеоролики, рассылки);
- интерактивные формы с задержкой времени реакции (форумы, блоги);
- общение в режиме реального времени (дистанционные презентации, онлайн-конференции).

Период рецессии и связанных с ней изменений в экономике вынудил маркетологов, работающих на рынке B2B, обратить внимание на коммуникации в Сети. Этому способствовали и снижение тиражей у печатных СМИ и более низкая отдача от отраслевых выставок.

Преимущество Интернет как площадки для продвижения продуктов, услуг, идей в более низкой, по сравнению с телевидением и прессой стоимости, а также в возможности оперативно оценивать эффективность рекламных и маркетинговых кампаний по числу просмотров, посетителей, вовлеченности пользователей в процесс общения.

К сожалению, продвижение в Интернет не может стать панацеей для всех компаний B2B-сектора. Большую роль играет доступность Интернет в регионах и уровень технической грамотности. Разрыв между аграрными предприятиями и внедренцами высокотехнологичных решений колоссален. Даже если в компании будет достаточно продвинутый маркетолог, пропагандирующий новые медиа, ему неизбежно придется задуматься о том, насколько они популярны среди его целевой аудитории. Отдача и эффективность использования Интернет может оказаться ниже, чем денежные и трудовые ресурсы, вложенные в работу.

Так, корпоративные блоги и блоги первых лиц компании, имеют несравнимо меньший охват, чем размещение информации в СМИ. Значимым, популярным в Интернете принято считать блог, который читает более 1000 подписчиков. Одним из популярных в Рунете в этой категории можно считать скандальный блог Артемия Лебедева, активно использующего провокационные высказывания, ненормативную лексику и конкурсы фотографий девушек с обнаженной грудью. Задача данного виртуального дневника - привлечь интерес к «Студии Артемия Лебедева», успешно работающей на рынке B2B, сформировать имидж гуру в области дизайна, бунтаря и нон-комформиста у первого лица компании. И такой ход делает компанию более узнаваемой и привлекает к ней внимание клиентов. На блог А. Лебедева подписано более 47 тыс. пользователей. Для сравнения блог президента Российской Федерации читает около 13 тыс. чел.

Активную работу по наполнению и продвижению собственных блогов ведут такие ИТ-компании как «Майкрософт» и «Лаборатория Касперского». Блоги других компаний и их руководителей собирают несравнимо меньшую аудиторию – от 100 до 500 читателей.

Причина такой низкой статистики во многом в том, что для достижения популярности блогер должен создавать интересный для аудитории контент. Преимущества блогов для

построения коммуникаций как раз в том, что они позволяют писать о том, что не войдет в формат пресс-релизов, и таким образом влиять на имидж компании и первых лиц. А в реальности блоги компаний часто отдают на откуп службе маркетинга, и они заполняют его стандартными новостями компаний, которые можно прочитать и на официальном сайте.

В настоящее время можно утверждать, что корпоративные блоги у региональных компаний еще не прижились, но движение в этом направлении все равно идет. Показателен сайт одно из деловых еженедельников «Деловой квартал» (<http://dkvartal.ru/nnov/blogs>), который предлагает компаниям возможность бесплатно вести на их площадке корпоративные блоги. В Нижнем Новгороде на этом ресурсе зарегистрировались 225 компаний, и лишь 17 из них написали более 3 сообщений, преимущественно рекламного содержания.

Подкасты - это аудио файлы, помещённые на веб-страницу и совмещённые с RSS-файлом, который позволяют людям подписываться и автоматически загружать новые записи. Они чем-то напоминают радиопередачи и могут сочетать выступления первых лиц компаний с интервью. Эта форма коммуникаций мало распространена в российской бизнес-среде. Причина в том, что мало пользователей понимают, как использовать эти медиа. К тому же аудиоформат конкурирует с видеороликами. Но многим компаниям, особенно консалтинговым, использование такого формата помогло бы значительно расширить аудиторию. Например, создание подкаста на основе семинаров позволило бы расширить географию участников и стать дополнительным инструментом в их продвижении. Людям легче принять решение о посещении мероприятия, если они могут послушать докладчика, ознакомиться с материалом.

Маркетологам стоит обратить особое внимание на создание и размещение видеороликов. Видеоролики способствуют продвижению бренда компании в сети, многим пользователям приятнее и легче посмотреть 3-5 минутный ролик, чем прочитать несколько страниц текста с экрана. Маркетологам также следует учитывать тот факт, что в настоящее время ведущие поисковые системы запустили сервис поиска по видеофайлам. Поэтому создав ролик и выложив его на площадку YouTube, оформив под требования поисковых запросов, вы сможете продвигать свою компанию через поисковые системы. Это увеличивает шанс донесения информации до потенциального клиента. Ваша компания может не попасть на первую страницу поисковых выдач в Яндексе из-за большой конкуренции, но быть первой среди выдачи в разделе «видео».

В компании «Инталев» использовали стандартные виды роликов: выступления руководителя на актуальную проблему, запись интервью с клиентом о ходе проекта, презентации основных технологий, пошаговые инструкции к программным продуктам. Создание качественных роликов лучше поручить профессионалам, имеющим опыт режиссуры и компьютерного видеомонтажа. Известны примеры, хотя и не из корпоративной сферы, когда видеоролики прогремели на весь Рунет. Видеообращения майора Алексея Дымовского, рассказавшего о коррупции в милиции Новороссийска, были записаны с помощью обычной вебкамеры.

Использование вебкамеры и скайп могут позволить и общаться с клиентами в режиме реального времени. Не всегда есть возможность выехать к клиенту на презентацию программного продукта, однако каналы Интернет соединят компанию с потенциальным клиентом. Этот способ общения напоминает «телемосты» с той разницей, что используется более широкий спектр возможностей демонстрации, в частности, удаленное управление компьютером и демонстрация всего, что происходит на мониторе, находящегося за сотни километров.

Для регионального развития интернет играет меньшую роль, чем в столице, но аналитики отмечают, что активность пользователей сети будет прирастать в основном за счет регионов, поэтому игнорировать Интернет как средство коммуникации сегодня уже нельзя.

## **ПРОТИВОБОРСТВО РЕАЛЬНОЙ И ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Общение является основой нашей жизнедеятельности, через него мы реализуем свои мысли, чувства, желания, отношение к людям и многое другое. Человек живет в реальном мире, зависим от реального мира, всю полноту общения он не сможет вместить в отдельную часть мира, называемую виртуальной. Познание реально существующего мира, его нераскрытых закономерностей, требует реального присутствия человека в этом мире, чтобы не потерять контроль над реально происходящим.

Рассматривая досуговое общение, можно предположить, что с ростом виртуальных коммуникаций скорее возникнет дефицит «простого» общения. Следовательно, феномены, содержащие в себе функцию реального творческого общения, будут востребованы [1]. Не случайно особенностью русского Интернета является рост «интереса» к источникам, связанным с юмором, хобби и проведением досуга.

Интересно отметить, что сообщества, которые создавались первоначально в форумах, чатах со временем организуют реальные встречи, вырастают в реальные организации. Таким образом, реальное дело, увлечение, разработка чего-либо не обходятся без реального пространства общения, сотрудничества.

Особое внимание в настоящее время отводится дистанционному обучению. Предлагаются проекты виртуальных классов и школ с комплексным дистанционным образованием, создаются базы данных, разрабатываются системы тестирования, дистанционной сдачи экзаменов. Все это способствует совершенствованию процесса обучения. Однако человеческий фактор общения с «Учителем», «Мастером» остается необходимым. Общение ученика и мастера, где может быть важен один лишь взгляд, необходимо в реальности, т.к. даже голографический профессор будет всего лишь «репродукцией» с настоящей картины. Машина не сможет полностью скопировать и передать природу, теплоту общения, множество самых мелких черт, неосознанно воспринимаемых человеком. Мало знать свой предмет, нужно донести его до людей, а для этого нужно постичь тайны искусства человеческого общения, определенные знания и умения. Никакие электронные машины и программы не заменят живое общение, личностный опыт жизни. Кроме того, виртуальное общение обостряет традиционные проблемы коммуникации, которые надо решать как в реальном, так и в виртуальном вариантах общения.

Из всего сказанного следует, что даже при всех возможностях прогресса останутся нерешенными следующие вопросы:

- необходимость присутствия человека в реальном мире, умение общаться с реальным миром и реальными людьми в нем (человек все еще зависит от своего тела);
- живое общение, его мельчайшие штрихи не могут быть переданы самой точной машиной и качественным воспроизведением;
- существование общего дела за пределами виртуального пространства – реально выполняемой задачи, творчества.

Люди не обходятся без реального общения; общение виртуальное предоставляет новые возможности. Поэтому нужно учитывать возможности виртуального мира для расширения рамок реального, его обогащения. Существование виртуального пространства общения необходимо учитывать при создании реальных деловых, научных, торговых, спортивных, образовательных, культурных, досуговых центров. Наравне с тенденцией создания многофункциональных сооружений, в дальнейшем необходимо будет предусматривать существование и «виртуальной» функции.

Учитывая особенности виртуального мира, можно выделить следующие факторы, характерные для центров общения:



1. Многофункциональность, мобильность, подвижность пространства, вызванные желанием переноса возможности конструировать пространство вокруг себя из виртуального мира в реальный.

2. Учет фактора существования виртуального пространства, характера виртуальности в оформлении интерьера. Создание пространств, напоминающих виртуальную техническую среду, для которых как бы не существует архитектурных традиций. Так же создание пространств с большой включенностью природного элемента, подпитывающих человека, снимающих усталость от технического мира.

3. Изменение составляющих, их площади и других параметров различных функциональных элементов. К этому можно привести пример борьбы между реальной библиотекой и виртуальной электронной библиотекой. Освоив работу с виртуальными ресурсами, библиотека, как общественный институт становится полноправным элементом виртуального пространства. При этом статус библиотеки претерпевает изменения. Из учреждения, обеспечивающего доступ к документам, она превращается в учреждение, обеспечивающее доступ к информации во всех видах и возможность интерактивного общения в информационной сети [2].

4. Потребуется увеличение доли площадей для личностного общения, больше пространства для творческого общения, для реальных спортивных игр.

5. Появятся новые виды организации пространства свободного общения.

Виртуальное общение – новая форма общения, не отменяющая, а расширяющая, дополняющая возможности существующей. Интерактивный мир не является угрозой реальному, а лишь элементом, расширяющим этот реальный мир, существование которого внесет свои коррективы в организацию основных процессов в обществе, в том числе и в архитектурную организацию различных центров общения. Виртуальное пространство общения расширит возможности реального в преодолении границ, в отработке действий, в доступности и скорости, станет его составной частью.

Сегодня все большее число коммуникаций совершается с помощью Интернета. Многие виды деятельности не мыслятся без интерактивной виртуальной среды, ее огромных возможностей.

Для профессиональных коммуникаций Интернет является лишь инструментом. Однако множество людей использует Интернет для общения. В этом случае Интернет становится не только средством связи. В виртуальном пространстве коммуникации создается особая социальная среда. В ней существует свой специфический язык взаимодействия (наличие «смайликов», аббревиатур, удвоения глаголов и пр.); специфические нормы взаимодействия (допущения большей раскрепощенности); избирательная трансляция социальных стандартов (например, наделение атрибутами физической красоты и силы); социальная иерархия, в основе которой лежит возможность влияния на ход коммуникации. По сути, это реальная жизнь, только в ирреальном (виртуальном) мире [3].

Даже при существовании определенных трудностей (стоимость и доступность услуг Интернета, проблема интернет-аддикции), виртуальная среда заманива стиранием границ пространства, границ времени, недоступной в реальности свободой социальных и физических рамок, свободой действий, анонимностью, и, следовательно, возможностью проигрывания разных ролей, различных жизней.

Однако еще более экономически выгодным в будущем и отвечающим тенденциям создания информационного общества может оказаться просто предоставление возможности выхода каждого в виртуальное пространство, которое по своим возможностям не ограничено.

#### *Библиографический список*

1. Конецкая, В.П. Социология коммуникации / В.П. Конецкая. – М.: МИБиУ, 1997. – 384 с.
2. Каптерев, А.И. Мультимедиа как социокультурный феномен / А.И. Каптерев. – М.: Изд-во ИПО Профиздат, 2002. – 224 с.
3. Носов, Н.А. Виртуальная психология / Н.А. Носов. - М.: Аграф, 2000. – 432 с.

## ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕАЛЬНЫХ И ВИРТУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ: АНАЛИЗ ПРОГРАММНЫХ ДОКУМЕНТОВ ЮНЕСКО

Проблема взаимодействия реальных и виртуальных коммуникаций наиболее остро встала на рубеже XX-XXI вв. в связи с развитием такого явления как «виртуальная реальность». Одной из самых распространенных трактовок этого явления стало понимание его как «искусственно созданной компьютерными средствами среды, в которую можно проникать, меняя ее изнутри, наблюдая трансформации и испытывая при этом реальные ощущения. Попад в этот новый тип ... реальности, можно вступать в контакты не только с другими людьми, но и с искусственными персонажами» [1].

Важным направлением в осмыслении проблем виртуальной коммуникации является вопрос о ее этической составляющей. Этика виртуальной коммуникации (сетевая этика, cyberethics, netethics) только начинает формироваться. Поскольку все действия, опосредованные компьютером, имеют информационную природу, то многие специалисты предлагают рассматривать виртуальную этику в контексте этики информационной.

В программных документах ЮНЕСКО проблемы взаимодействия реальной и виртуальной коммуникации рассматриваются именно с позиций инфоэтики. В 2000 г. этой организацией была разработана межправительственная программа «Информация для всех». Она направлена на решение сложных современных проблем – борьба с бедностью, здоровье человека, качественное образование, сохранение природы и т. д. – путем сокращения неравенства между информационно бедными и информационно богатыми сообществами [2].

В Стратегическом плане действий Программы «Информация для всех» на 2008-2013 гг. были определены следующие пять приоритетов: информация в целях развития; информационная грамотность; сохранение информации; *информационная этика*; доступность информации.

Еще один важный вклад ЮНЕСКО в развитие этики в информационном обществе был сделан в сентябре 2007 г., когда в Страсбурге прошла Европейская конференция по этическим аспектам информационного общества (организованная при поддержке Совета Европы). Участники конференции обсудили и приняли проект «Этического кодекса для информационного общества», разработка которого началась в 2006 г. [3]. Пока не планируется придавать ему силу правового документа. Предполагается, что он станет инструментом саморегуляции, открытым для подписания всеми заинтересованными сторонами, а также средством повышения осведомленности граждан, организаций и общества в целом об этических аспектах информационного общества и этичном поведении при использовании достижений ИКТ.

Во всех перечисленных ранее документах выделены следующие ключевые направления в развитии инфоэтики: опора на общепризнанные ценности (свобода, равенство, солидарность, терпимость, коллективная ответственность и бережное отношение к природе); забота об общем благе (защищать неприкосновенность частной жизни и личных сведений); предотвращение злоупотреблений при использовании ИКТ (действия на почве расизма, расовой дискриминации, ксенофобии и т.п.); привлечение соответствующих заинтересованных сторон, прежде всего ученых, к продолжению исследования этических аспектов ИКТ. Таким образом, основой развития этики информационного общества (в том числе виртуальной этики) служит «традиционная» этика, которая адаптируется под технико-технологическую составляющую современных коммуникаций.

Долгое время считалось, что возникновение новых средств и форм коммуникации (особенно в пространстве виртуальности) существенно меняет характер взаимодействия между людьми. Прежде всего, меняется отношение ко времени и пространству: они «сокращаются» в силу того, что в виртуальном пространстве до любой точки Земного шара можно «добраться» за считанные миллисекунды. Кроме того, информационное общество дает возможность

преодолеть отчуждение, так как благодаря ИКТ, мир превращается в «глобальную деревню» (М. Маклюэн), где каждый человек может ощутить сопричастность к жизни человечества. Также виртуальная реальность предоставляет широкие возможности для конструирования личностной и социальной идентичности, в ней отсутствует статусная иерархия. Поэтому, по мнению многих специалистов, виртуальные модели коммуникации, совершенствуют взаимодействие между людьми и выступают как пространство абсолютной свободы, независимости и равенства.

Однако, по мнению скептически или негативно настроенных исследователей, в виртуальных коммуникациях утрачивается человеческая близость, начинается дефицит моральных ценностей, появляется псевдоидентичность, которая нивелирует реальную личность. Не случайно, существовавшая когда-то в Интернете атмосфера доверия изменилась, и люди начали относиться к этому пространству с некоторым опасением. Как пишут современные исследователи М. Рандл и К. Конли: «Интернет пережил своего рода урбанизацию: все больше и больше людей пользуются его услугами, однако сообщество в «традиционном» понимании распалось, и теперь люди понимают, что, находясь в Интернете, они должны быть настороже» [4, с. 37].

В то же время, в новейших исследованиях по проблемам виртуальной реальности, все чаще подчеркивается, что современный уровень развития ИКТ уже не позволяет говорить о принципиальном отличии реального и виртуального пространства. Граница между «реальным миром» и «киберпространством» стала стираться, а со временем она станет еще менее явной. Многие проекты по развитию «цифровых городов», «электронных правительств» и т.п. направлены именно на это стирание границ между физическим и цифровым мирами.

Поэтому программы ЮНЕСКО ориентированы на то, чтобы максимально полно реализовать все новые позитивные возможности виртуальной коммуникации и сгладить или устранить негативные. В частности, опасение, что электронные средства становятся самостоятельной неуправляемой силой, может быть снято за счет понимания ИКТ не как цели, а как средства. Более того, поскольку навигацию в сети осуществляют программы, то человек должен иметь возможность делегировать свою идентичность программе, с тем, чтобы она думала и действовала от его имени, но под его жестким контролем. В этом случае речь идет о создании «цифровой идентичности», тесно связанной с физической. Благодаря биометрическим технологиям физическое воплощение можно представить в цифровом виде посредством перевода «в цифру» уникальных атрибутов человека (отпечатков пальцев, радужной оболочки глаза или походки), сохранив его уникальность. При этом в официальных документах подчеркивается, что возрастает роль этических требований как к разработчикам ИКТ, так и к их пользователям.

Однако главная проблема программ ЮНЕСКО заключается в том, что большинство документов по этической регуляции в информационном обществе не имеют статуса юридических, носят рекомендательный характер. В результате приоритетную роль в регулировании виртуальной коммуникации начинает играть добровольная моральная саморегуляция членов сетевого сообщества, которая далеко не всегда соответствует требованиям этики. Поэтому следует вести более активную деятельность по созданию и пропаганде правил этикета, кодексов информационной этики (с приданием им правового статуса), вовлечению в эти процессы широкого круга специалистов и обычных пользователей.

#### *Библиографический список*

1. Маньковская, А.Б., Мотлевский, И.Б. Виртуальная реальность // Культурология. XX век. Словарь. – СПб.: Университетская книга, 1997. – С. 73-76
2. Информация для всех: Программа ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.ifarcom.ru](http://www.ifarcom.ru)
3. Этический кодекс для информационного общества: Проект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.ifarcom.ru](http://www.ifarcom.ru)

**В.И. Казакова**

## **ПУСТОТА: КАТЕГОРИАЛЬНОЕ СОЗЕРЦАНИЕ И ПРЕДМЕТНОЕ ПОЛЕ**

*Отрицатели пустоты не проникают  
даже в преддверие проблемы.  
Аристотель.*

Мы все наделены пустотой, которую стремимся заполнить. В настоящее время едва ли не любой дискурс гуманитарного знания имеет ракурс, связанный с поиском идентичности, он фокусирует своё внимание на рефлексии отсутствия и утраты. Возможно, именно в наши дни кардинально меняется соотношение, связанное с символическим обменом, внутри которого происходит бесконечное перемещение означающих. Сожаление Густава Флобера о том, что у нас слишком много вещей и недостаточно форм, на которое ещё совсем недавно ссылалось постмодернистское мышление, постепенно перестаёт быть актуальным. Избыточность вещи, инициированная вторжением «подручного бытия», уходит в прошлое; переводя взгляд с разграничиваемого на разграничивающее, мы осознаём отдалённость как первичную по отношению к близости [1]. Воспринимая обрамление как нечто самостоятельное, существующее само по себе, мы подчас тщетно ищем его позитивного наполнения, конструирование действительности определяется тремя современными образами пустоты – игрой, иронией и молчанием. Пустота – образ бытия, которое нельзя пересечь и вместе с тем нельзя не обнаружить. Такой характеристикой наделена сейчас природа – преодолённая естественная среда человека, которая, стремительно отдаляясь, не перестаёт проблематизироваться, искажая и уродуя человеческое сознание. Наглядным примером здесь может служить концепция устойчивого развития, с её эклектичностью концептуальных установок и утопичностью проектов. Помимо прочего, в формирующемся «обществе знания» пустотой, как это ни парадоксально, наделён сам феномен интеллектуализма, не выдерживающий конкуренции с «жизнетворчеством». Картезианское *cogito* в преддверии научной унификации исходило из оппозиции качественному многообразию окружающего мира; репрессивная механистичность рационализма коренится в страхе перед природной стихией; вплоть до настоящего времени оно предстаёт в контексте эпитетов «смущения», «соблазна», «симптома» [2]. Псевдопозитивное ощущение пустоты, возлагающее неоправданные надежды на освоение новых рубежей, оборачивается в итоге двойным отрицанием, лишь усугубляющим состояние кризиса [3].

Социальным образом Пустоты является маргинальность. Принадлежать общности, не занимая в ней определённого места – ранее было доступно только в сфере мысли. В постиндустриальном укладе право быть Ничто, не включённым в порядок, предоставлено всем. Им пользуются более или менее охотно – чтобы не брать на себя ответственности и быть избавленными от необходимости принятия решений. Мыслить таким образом, чтобы не быть ничем – задача, изначально предполагающая чрезвычайно высокий уровень требований и к себе, и к миру. Современные дискурсы разворачиваются вокруг понятий банальных, но расплывчатых; в их многозначность мысль кутается, как в тёплое одеяло, заслоняющее от неустроенной реальности, дает возможность плавно переходить от одного тематического плана к другому, быть одновременно везде – и нигде. Конститутивным принципом становится не упорядочение, но драматизация. Оспаривая, дополняя, исключая друг друга, различные мыслительные конструкции наслаиваются одна на другую; это даёт аналогию мира однообразного, но вместе с тем не склонного к единству. Стремление обрести целостность человеческого бытия-в-мире, восстановить контуры идентичности в условиях постмеханистического однообразия приводит к одержимости различиями; она выражается и в

иррациональном стремлении к инновациям, и в эстетизации границ, отделяющих «Я» и «не-Я». Ситуация «эпигонов» с необычно широким охватом сферы деятельности имеет закономерным следствием монотонное составление запоздалых рекомендаций и невыполнимых руководств к действию; непоследовательный характер с лихвой компенсируется гибкостью и эстетичностью. Когнитивные практики современности в полной мере отражают свойственную социальной транзисии дезорганизованность: непроявленное на фоне надвигающегося, отсутствующее в тени становления – привлекательно своей иронией и неуловимостью. Останется ли эстетизация посттоталитарной мысли наиболее весомым её достижением – во многом будет зависеть от социальной специфики знания, которое в наши дни принадлежит не столько человеку, сколько самому себе.

Пустота становится всё более притягательной для мысли, уставшей от погони за Реальным [4]. В известной мере она может рассматриваться как диалектический синтез – закономерный итог «страсти к Реальному» в двадцатом столетии, сменившей влечение к утопиям в веке девятнадцатом. Преждевременно и неправомочно говорить о наступившем столетии как об эпохе любви к Пустоте, тем не менее, её контуры достаточно чётко прорисованы в размышлениях нашего времени. Влечение, страсть, любовь – в этой последовательности нельзя не увидеть определённую закономерность. Экзистенциальное восприятие Пустоты находит своё воплощение именно в любви; ни реальность, ни утопия не рисуются такими яркими и неповторимыми красками, не наделяются такой поэтичностью образов. Пустота есть условие постижения подлинного, она обозначает путь к нему не через практику очищения, оправдывающую насилие, от которого прошедший век бесконечно устал, а через идеологию «вычитания», минимального различия [4]; пустое выступает здесь как точка отсчёта, цепи, которые надо потерять, чтобы обрести необходимое условие понимания бытия [5]. В методологическом аспекте рассматриваемое понятие возникает в процессе рефлексии пространства и изначально мыслится как один из образов Ничто. Её физическая интерпретация как отсутствия каких-либо тел в рассматриваемом объёме находится вне сферы наших восприятий; её исток коренится в сфере мысли – как способ думать об этом отсутствии. Его различные образы примериваются на осознание исчерпаемости (исчерпанности?) того или иного ресурса, одной из онтологических функций пустоты, столь востребованной в наши дни, является граница как смысловой акцент предела. Пустое пространство – край бытия, на который обычно смотрят украдкой, фокусирует на себе весь спектр экзистенциальной энергии [7].

Пустота – нечто, что приближает к горизонту, не умаляя при этом ни широты человеческих возможностей, ни низводя окружающий мир до матричной псевдореальности. В наши дни человек ищет в ней опору как в ориентире воспитания чувства меры, сама мысль о ней становится привилегией, право на которую можно заслужить лишь «добросовестностью ума, о которой редко говорят, но на которой многое что может держаться» [6]. Последнее, не является, строго говоря, таким уж высоким требованием, и, тем не менее, оно трудно даётся сознанию, расстающемуся с простотой.

#### *Библиографический список*

1. Хайдеггер, М. Прологомены к истории понятия времени / М. Хайдеггер. – Томск: «Водолей», 1998. – 384 с.
2. Жижек, С. Устройство разрыва. Параллаксное видение / С. Жижек. – М.: Европа, 2008. – 516 с.
3. Казакова, В.И. Cogito как пустое пространство: современный российский контекст // Актуальные проблемы современной когнитивной науки. Материалы международной научно-практической конференции. – Иваново: ОАО «Издательство «Иваново», 2010. С. 169-172.
4. Жижек, С. Кукла и карлик: христианство между ересью и бунтом / С. Жижек. – М.: издательство «Европа», 2009. – 336 с.
5. Гузюкин, П.Г. Проблема пустоты и сопутствующие проблемы современной науки (краткий очерк) / П.Г. Гузюкин. – СПб.: ОЭЭПРАН, 2002. – 65 с.
6. Кайуа, Р. Опустошённость / Р. Кайуа. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры. – М.: ОГИ, 2007. – 304 с. С. 293-297.

*В.И. Казакова, А.О. Контелов*

### **ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ ПУСТОТЫ: LEBENSWELT, LEBENSFORM, LEBENSRAUM**

*Жить – это значит защищать форму.*

*Г. Гёльдерлин.*

Экзистенциальные акценты соотношения реального и виртуального являются, на наш взгляд, наиболее значимыми в плане их категориального созерцания и прояснения смысла. Коммуникативное пространство как способ бытийствования современного мира сместило акценты от реальности вещной, зримой к реальности, конструируемой сознанием, от субстанциального к функциональному; вместе с тем изначально коммуникация является формой человеческого общения, и это исходное основание наиболее адекватно в плане исследования различных форм виртуального. Пустота – как одно из его воплощений – в наши дни отражает дисбаланс внедрения новых видов коммуникаций и адаптивных возможностей человека [1]. Длительный путь, пройденный от парменидовской «замороженной вселенной» до современных тематизаций небытия, можно представить как эволюцию человеческих восприятий отсутствия некоего *summum ens*, в котором полагается точка отсчёта. Пустоту в рамках аналитики *Dasein* можно определить как реакцию на невозможность онтического обоснования. Отсутствие удостоверения в этом фундаменте неизбежно порождает невозможность методологического поиска, препятствует формированию концептуализации, оно порождает состояние сверх- и недо- [1-3]. Парадоксальность пустоты в любом её истолковании легко вписывается в контекст дискурсов переходного периода; непроявленное на фоне надвигающегося, отсутствующее в тени становления – привлекательно своей иронией и неуловимостью. Свойственная транзиту дезорганизация отражается в различных смысловых оттенках хаоса «зияния», «разверстого пространства», «пустого протяжения» [4, с. 12]. Пустота – это ощущение того, что мир, более древний, нежели сфера мысли, более не заслуживает имени бытия. Вместе с тем она исключает возможность усреднённого понимания бытия – и с данной точки зрения заключает в себе значительный потенциал эстетизации, столь свойственной современной действительности. Таким образом нивелируется эффект смещения с разграничиваемого на разграничивающее, смягчается приговор видеть одни только рамы без картин. Экзистенциальное измерение пустоты отождествляет её с комплексом переживаний, вызванным отсутствием субстанциальности. Последнее в данном контексте понимаемо как мир человеческих восприятий. Решение данного вопроса на гносеологическом уровне приводит к бесконечному регрессу в поиске основания, онтологический же его аспект его наиболее общем ракурсе приводит к осознанию собственного несовершенства, т.е. опять-таки обращает мысль к экзистенциальному.

Пустота как «желанное для мысли» – один из итогов духовной эволюции двадцатого века. Этот итог иррационален, в духе гегелевской триады он может быть интерпретирован как романтическая усталость от «влечения к утопии», свойственному девятнадцатому столетию, и страсти двадцатого века к реальному. И то, и другое перед лицом конца истории не заслуживает имени бытия, пустота является и отрицанием, и воплощением, и синтезом того и другого одновременно. Соответственно трансформируются и экзистенциальные контуры человеческого бытия-в-мире. Влечение, страсть – могут быть интерпретируемы как «напряжение» границы, переходное состояние. Восприятие пустоты совершенно иное – в нём нет никакого судорожного переизбытка энергии, подлежащей реализации. Из всех религиозных практик она наиболее полно воплощена в буддистской нирване – стремлении к снятию любого напряжения, мотивированном возвратом к истокам. Социальное измерение, доминирующее в современной рефлексии пространства, переносит на пустоту практику разграничения пространства частного

от пространства публичного. Последнее, наподобие эмблематической Вещи в классическом анализе Хайдеггера, формируется вокруг центральной пустоты человеческой жизни, утратившей творческий потенциал, и служит её вместилищем. Социальным образом Пустоты является маргинальность. Принадлежать общности, не занимая в ней определённого места – ранее было доступно только в сфере мысли. В постиндустриальном укладе право быть Ничто, не включённым в порядок, предоставлено всем. Им пользуются более или менее охотно – чтобы не брать на себя ответственности и быть избавленными от необходимости принятия решений.

Упадок творческой стороны жизни повсеместно отмечается как одна из наиболее характерных черт современности. Природа этой утраты, очевидно, не связана со спецификой цивилизационного развития, поскольку она свойственна сейчас миру в целом. Развиваясь безотносительно к государственным, этническим, социокультурным барьерам, волна апатии и пессимизма ставит под сомнение возможность фихтеанского взаимополагания «Я» и «не-Я». Граница между ними выступает как мимикрия – самый тягостный путь самоопределения в мире. Стремление к неразличимости противостоит творческому, действенному началу, благодаря которому осуществляется самореализация «Я». Наиболее остро стоящей проблемой здесь является утрата творческих импульсов в отношении жизни, к которой сводится в конечном итоге всё многообразие человеческого бытия-в-мире.

Применительно к настоящему времени Пустота – это стремление мысли к наименьшему уровню напряжения, её «нирвана». Ощущение «ускользающего бытия» – высшее и радикальное выражение радости по поводу своего присутствия в мире. Время мысли, предсказанное М. Хайдеггером, приходит на смену времени свершения; не в силах избавиться от инертных ментальных установок, мы по привычке пытаемся расчленять жизненные реалии на позитивное и негативное, конструктивное и разрушающее. Современный человек, подобно булгаковскому Мастеру, заслуживает не света, но покоя. Наше отношение к злу формируется через «договор», уродство которого стремится компенсировать повсеместная эстетизация действительности. Бурная деятельность, выход за рамки «просто жизни» возможна сейчас только как проект, ценностно-целевые ориентиры которого изначально преграждают любой путь его практического воплощения. «Конец истории» исключает не самоё жизнь, а её чрезмерность; в современном обществе мы наблюдаем своего рода «бесклассовость» – в смысле сознательного отказа от конструирования идентичности. Единообразие социальной реальности проявляется, в частности, в ориентации на одни и те же жизненные модели, практически не зависящие от положения в социальной иерархии. Живое – «странное пространство», обретающее своё бытие благодаря потустороннему; находясь в изначальной естественной среде, оно было наделено даром слияния с мировым целым, граница «Я» и «не-Я» выступала как органическая целостность, полагающая пределы своей внутренней определённости. Утрата этой первоначальной гармонии – процесс неизбежный и предопределённый ходом развития человеческой истории, в ходе его переживание опыта обособления радикально трансформируется. Проходя через своё отрицание, оно приходит к современному состоянию «обезличивания» через слияние с пространством – «ослабленности» своей личности и жизни.

#### *Библиографический список*

1. Жижек, С. Кукла и карлик: христианство между ересью и бунтом / С. Жижек. – М.: издательство «Европа», 2009. – 336 с.
2. Хайдеггер, М. Основные проблемы феноменологии / М. Хайдеггер. – СПб.: Высшая религиозно-философская школа, 2001. – 447 с.
3. Мерло-Понти, М. Видимое и невидимое / М. Мерло-Понти. – Минск: Логвинов, 2006. – 400 с.

## **ВИРТУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЭПОХУ ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ**

Коммуникация предполагает понимание информационного кода реципиентом. Информационные технологии расширили пространственно-временные возможности человека. Последовавшие перемены в коммуникационных процессах, все чаще погружающих человека в виртуальность с помощью технических средств, потребовали определенной адаптации личности к сложившейся культурной ситуации. Говоря о социальном влиянии информационных технологий, М. Кастельс предложил гипотезу: «...глубина их воздействия есть функция проницаемости информации в социальную структуру» [1, с. 51].

Веб-дизайн как компонент массовой культуры первоначально был призван уравнивать позиции пользователей в восприятии культурного виртуального пространства. По мере распространения этого способа коммуникации происходит процесс переориентации веб-дизайна от функции приспособления к традиционным механизмам восприятия к функции воздействия на человека через эти механизмы. Происходит трансформация в процессе восприятия данных, представленных в различной форме. Ориентируясь на массовость, веб-дизайн лишает восприятие процессов воображения. В то же время, пользователь получает информационные потоки в удобной форме, отвечающей мобильности и скорости коммуникации современного мира.

Веб-среда как часть современного виртуального пространства связана процессами экспансии культурно-экономических стандартов, актуальных для бытия человека на данном этапе. Синтез экономических и культурных стандартов связан с коммерческим потенциалом веб-пространства, раскрываемым через систему информационных кодов, которые должны иметь форму ясно воспринимаемых символов.

Веб-дизайн взаимодействует с человеком непосредственно на уровне «человек – образ предмета». В условиях информационной гиперреальности создается «мир подражательства» [2, с. 90]. При этом происходит формирование симулякров, стирающих границы между знаками и реальностью. Л.Д. Подгорная пишет: «Средства массовой информации перестают быть зеркалом действительности, они становятся этой действительностью» [2, с. 90]. Веб-пространство перестает быть просто информационным хранилищем. Оно расширяет свои коммуникативные возможности, деформируясь в новое социо-культурное пространство со своими явлениями и продуктами.

«Продукты «культурного» производства становятся формой товара... Ценность продуктов определяется не художественными и нравственными достоинствами, а логикой товарного производства и обмена... рынок погружает человека в хаотичный поток образов, мифов, стереотипов, ... сводя реальность только к эмоциям», – считают исследователи Э.Ф. Макаревич и О.И. Карпунин [3, с. 20]. При рассмотрении современной культурной ситуации неотъемлемым становится использование термина «индустрия культуры», упомянутой в работе «Диалектика Просвещения» М. Хоркхаймера и Т. Адорно: «Весь мир становится пропущенным через фильтр культуриндустрии. Хорошо известное ощущение кинозрителя, воспринимающего улицу, на которой стоит кинотеатр, как продолжение только что закончившегося зрелища именно потому, что последнее всегда ориентировано на точное воспроизведение обыденного восприятия мира, становится путеводной нитью производственного процесса. Чем более плотным и сплошным оказывается осуществляемое его техниками удвоение эмпирической предметности, тем легче удастся сегодня утвердиться иллюзии, что внешний мир является всего лишь непосредственным продолжением того, с которым сводят знакомство в кинотеатре. ... требующееся от зрителя напряжение является столь хорошо рассчитанным, что в конкретных случаях не возникает необходимости в его актуализации, оно все же оказывается достаточным для того, чтобы вытеснить воображение» [4, с. 153-154]. Развитие потребностей человека зависит от предложений культиндустрии. Культурная продукция направлена на эмоциональные реакции человека. «Индустрия культуры» создает имитацию действительности, иллюзию



материальности в веб-пространстве, погружая человека в мир потребностей, порожденных для массового пользователя.

«Культурное шифрование» [5, с. 141] предполагает незавершенность визуального образа, что позволяет человеку через ощущение взаимосвязи формы и содержания формировать целостное ощущение образа. Современная «индустрия культуры» участвует не только в создании продукции потребления, но и в выработке самих потребностей человека. Массовый потребитель уже получает обработанную информацию. «Достичь определенного уровня духовного развития человек может, постигая «не лежащие на поверхности», а находящиеся в виртуальном состоянии общечеловеческие ценности» [6, с. 490]. Современное информационное общество лишается этой глубинной виртуальной составляющей, заменяя ее иллюзорным шифрованием. Эта информационная уловка позволяет формировать массовое сознание в нужном направлении.

Эмоциональная связь с веб-потребителем поддерживается через «зеркало пользовательских ожиданий» [см.: 7, с. 38], отражающее реальность в искусственном виртуальном мире. Играя с ощущениями пользователя, веб-дизайнер формирует мир виртуальных образов, проецирующих нужное восприятие пространства. Пользователю остается только считывать символы информационного наполнения веб-сайта. Это приводит к оптимизации потребительских отношений, а также к упрощению коммуникативного процесса. С одной стороны, это облегчает взаимодействие с пользователем, стимулируя спрос и способствуя массовому потреблению. С другой стороны, веб-пространство с огромным потоком информации «разрушает ... систему нашей духовной ориентации на эквивалентность» [8, с. 236], поскольку появившиеся возможности опутали человека избыточностью данных. И элементы веб-дизайна помогают человеку фокусироваться в этой среде на уровне образов. При этом большинство процессов формирования образа происходят автоматически, сокращая временной период визуализации, но лишая опыта самостоятельного расшифрования информационных кодов.

### ***Библиографический список***

1. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура // Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
2. Подгорная, Л.Д. Теория коммуникации в социологическом контексте // Социально-гуманитарные знания. – № 5, 2008. – С. 87-99.
3. Макаревич, Э.Ф., Карпукhin, О.И. Культура массовых коммуникаций // Социально-гуманитарные знания. – № 6, 2008. – С. 18-41.
4. Хоркхаймер, М., Адорно, Т. Диалектика Просвещения: философские фрагменты // Пер. с нем. М. Кузнецова. – М., СПб.: Медиум. Ювента, 1997. – 311 с.
5. Джерелиевская, И.К. Символическая среда и социальный порядок // Социально-гуманитарные знания. – № 5, 2008. – С. 141-152.
6. Грязнова, Е.В. Информационно-компьютерное взаимодействие в духовной сфере информационного общества // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – №1, 2006. – С. 489-495.
7. Garrett, J.J. Customer Loyalty and the Elements of User Experience // Design Management Review. – №1, 2006. – p. 35 – 39.
8. Ясперс, К., Бодрийар, Ж. Призрак толпы / К. Ясперс, Ж. Бодрийар. – М.: Алгоритм, 2008. – 272 с.

***В.Г. Кузьминов***

### **О НЕКОТОРЫХ ОБЪЯСНИТЕЛЬНЫХ МОДЕЛЯХ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ СОВРЕМЕННОСТИ**

Фиаско, которое потерпели рационалистические экстраполяционные модели «постиндустриального» и «информационного» общества, подвигает исследователей на поиск

новых теоретических метафор, которые бы более адекватно описывали реалии изменяющейся современности. Социальная реальность многослойна, причем природа этих слоев разнокачественна, поэтому, фиксируя – часто весьма точно – изменения в каких-то ее поверхностных слоях, важно не распространять объяснительные модели на слои более глубокого залегания.

В силу перепроизводства симулякров (Ж. Бодрийар), т.е. копий без оригинала, перенасыщенных функционально и оторванных от реальных потребностей вещей, тиражируемых СМИ образов, брендов и имиджей, гипостазированных понятий и т.д., возникающая на этой основе реальность является скорее дезинформационной, виртуальной. Точнее – виртуальность вытесняет традиционную реальность из «мейнстрима» на обочину социальной жизни.

Один из радикальных апологетов виртуального общества Д. Иванов, описывая «глэм-капитализм», эту «сверхновую версию капитализма», не без эпатажа подчеркивает, что в результате виртуализации производство симулякров становится общей рутинной; на перенасыщенном имиджами рынках в конкуренции преуспевают те, кто создает вызывающе яркие комбинации из «пяти первоэлементов гламура – роскоши, экзотики, эротики, розового и блондинистого» [1, с. 14-15]. Реальность как метафора, раскрывающая суть общества прошлого, остается в прошлом, и именно виртуальность как поток образов, создаваемых брэндменеджерами, имиджмейкерами, тележурналистами, блогерами и т.д. занимает ее место. Радикализм подобной позиции в том, что реальность третируется как «удел маргиналов, чужающихся симулякров и готовых терпеть боль или, как минимум, дискомфорт, доставляемый вещами или действиями. Не между реальностью и виртуальностью, а за ними находится их третье – текущая аутентичность» [2].

Причем это радикализм с подчеркнутой ценностной нейтральностью оставляет в тени не только фундаментальные вопросы сопряженности человека с миром, с другими, с самим собой, онтологическую и гносеологическую проблематику, проблему смысла, истинного и ложного знания, но и конкретно-социологические вопросы господства и доминирования, которые незаметно подменяются вопросами технологии, равно как социально-психологические (антропо-социальные) следствия виртуальных коммуникаций и манипулирования. Ведь, скажем, интериоризация, овнутрение виртуальности в результате «чипизации» церебральных процессов головного мозга превратит все известные до сих пор техники манипуляции, вплоть до «висящего на стене» гипотетического «Большого Брата», в милую архаику, что неизбежно приведет к трансформации самой природы как человека, так и социального взаимодействия. Не кажутся невероятными, далее, в силу пороговых скачков, явления массовой анэрекции из-за неумеренного потребления виртуальной «жвачки для мозгов» либо физиологические изменения противоположного рода. С печальными последствиями пластической хирургии и омоложения с помощью стволовых клеток в русле виртуального мейнстрима «красивого тела» столкнулись уже очень многие.

Если прибегнуть к геометрическому сравнению, приведенная модель плоская, концентричная, и в центре ее находится веселый, слегка циничный современный меритократ, пребывающий в состоянии эйфории от «драйва» игры с голограммой, казалось бы, непривязанной к источнику, сохраняющей почти все признаки оригинала и способной к бесконечному самоклонированию. Однако что будет, когда отключат электричество?

Более объемной и, следовательно, более весомой представляется другая модель. З. Бауман разрабатывает метафору текучести, свойственной жидкостям и газам. Жидкости в отличие от твердых тел не могут легко сохранять свою форму, они, так сказать, не фиксируют пространство и не связывают время. «Текущая современность», по Бауману, – это эпоха «плавки твердых тел» – институтов, паттернов и форм, и твердые тела, чья очередь быть брошенными в плавильный тигель настала, – это «связи, соединяющие индивидуальные действия в коллективные планы и действия-паттерны коммуникации и координации между индивидуальными линиями поведения, с одной стороны, и политическими действиями коллективов людей – с другой» [3, с. 12].

Патриарх социологии, противопоставляя текущие (легкие) коммуникации современности «тяжелым» коммуникациям прошлого, отталкивается от проекта И. Бентама – Паноптикума, который использовал М. Фуко в качестве метафоры современной власти. Обитатели Паноптикума были прикованы к своему месту и лишены возможности любого движения потому, что пребывали под наблюдением и не знали, где в настоящий момент находится их надзиратель. Секрет власти тех, кто осуществлял господство, состоял в их власти над временем, но не во власти над пространством, так как они также были привязаны к месту в определенных границах, позиция фактического отсутствия хозяев исключалась. Сегодня же власть может перемещаться со скоростью электронного сигнала, она практически стала экстерриториальной. Более того, в постпаноптических отношениях власти необходимо, чтобы люди, использующие рычаги власти, от которых зависит судьба их менее подвижных протагонистов, могли в любой момент оказаться за пределами досягаемости – быть полностью недоступными.

Таким образом, смысл современной власти не в ее реальном или виртуальном присутствии, а напротив, в ее реальном или виртуальном отсутствии, что вызывает целую цепочку соответствующих технологий – бегство, сокращение (липоксация, как саркастически замечает Бауман), пропуск и уклонение, эффективное неприятие любых территориальных ограничений с их громоздкими процедурами упорядочения, поддержания порядка и ответственности за его последствия и пр. [3, с. 17-18]. От себя добавим, что рекламирующий ирис Meller ролик, где капитан вместе с экипажем с гаерской ухмылкой пробирается к выходу, старательно пряча парашют от пассажиров, что сопровождается текстом: «Есть время – есть Meller», очень точно характеризует описанную Бауманом ситуацию не только на Западе, но и в России.

Нарисованная Бауманом картина дистопична. Ее слагаемые – распад традиционно-устойчивых социальных связей и массовых групп социального действия, пока еще не до конца ясная трансформация предельных групп, обеспечивающих социальную идентичность, – семьи и этнической группы, драматические изменения самого социального тела, пространства и времени, в которых оно существует, смыслового стержня человеческого существования и общения, однако именно в этом гарантия непрерывности и развития текучести глобальных сил, степень могущества которых еще только предстоит осознать.

#### *Библиографический список*

1. Иванов, Д.В. Глэм-капитализм / Д.В. Иванов. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2008. – 176 с.
2. Беседа А. Нилогова с Д.В. Ивановым <<http://www.apn.ru/publications/article/21195.htm>. Дата обращения: 6.02.2001
3. Бауман, З. Текучая современность / Пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.

*Ю.В. Саркисян*

### **ИНФОРМАЦИОННАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ**

Проблема эффективности государственной власти особенно актуальна для России. И это обусловлено не только ситуацией мирового финансового кризиса, но и отсутствием на общенациональном уровне опыта в сфере оптимальных практик государственного управления в условиях рыночных отношений. Задача эффективного использования государственных средств для поддержания конкурентоспособности национальной экономики и обеспечения высокого качества жизни населения не стояла перед органами государственной власти России в течение всего XX в. Его последнее десятилетие было периодом перехода к рыночным отношениям и

преодоления социально-экономических последствий такого перехода. Едва наметившийся в начале XIX в экономический рост был прерван мировым кризисом.

В этих условиях проблема эффективного использования потенциала страны стоит особенно остро, а ее решение во многом обусловлено компетентностью государственных служащих. Ведь какие бы законы не предлагала обществу законодательная власть, их реализация начинается в органах исполнительной власти. Потенциал страны и ее регионов – природные, культурно-исторические, человеческие, научные, информационные, инновационные и другие ресурсы – реально используется в системе исполнения принятых на законодательном уровне решений. А эффективность такого использования напрямую связана с компетентностью государственных служащих. В связи с этим проблема эффективности исполнительной власти России становится проблемой профессиональной подготовки ее руководителей и специалистов.

Добавим, что понятие эффективности в применении к использованию властных ресурсов на государственном уровне предполагает, во-первых, социальную эффективность, во-вторых, технологическую. Последнее предполагает применение в процессе оказания государственных услуг, реализации государственных решений и проектов таких организационно-управленческих и информационных технологий, которые при минимизации издержек на организацию работы исполнительной власти обеспечивали бы максимально значимый в социальном отношении результат. Технологическая эффективность, таким образом, становится основой рациональных решений и оптимальных способов их реализации. А профессиональная компетентность – базой эффективности исполнительных органов государственной власти.

Профессиональная компетентность предполагает готовность и способность работника использовать полученные в процессе образования и саморазвития знания, умения и навыки для эффективного решения тех задач, которые встают перед ним на протяжении всего периода профессиональной деятельности. Тем самым понятие компетентности, положенное странами Болонского процесса в основу образования, связано с проблемой эффективности и в профессиональной деятельности, и в процессе становления профессионализма. Информационная компетентность работника государственной службы выступает составной частью его общепрофессиональной компетентности и означает готовность работника к поиску, обработке, хранению, анализу и эффективному использованию информации в процессе профессиональной деятельности. В структуре компетентностного подхода к высшему профессиональному образованию в государственном федеральном образовательном стандарте третьего поколения по специальности «Государственное и муниципальное управление» она принимает форму информационно-методической компетенции – способности применять знания, умения и приобретенные профессионально-личностные качества для успешной деятельности в сфере информационного обеспечения профессиональных задач.

Информационно-методическая компетенция служащих системы государственного управления предполагает готовность практически обеспечивать эффективную работу органов государственной власти в области информационного обмена с обществом и другими органами публичной власти. Модель этой компетенции, разработанная в рамках Европейского проекта TUNING («Настройка образовательных структур»), является лишь общей схемой информационной подготовки будущего государственного служащего. Ее содержательное наполнение требует коллективной деятельности научного и образовательного сообщества России. Но уже сегодня в структуре информационно-методической компетенции работника органов государственного управления, в соответствии с проделанным нами анализом материалов Болонского процесса, можно выделить четыре подсистемы: информационно-правовую, информационно-содержательную, информационно-аналитическую и информационно-технологическую.

*Информационно-правовая* подсистема предполагает владение нормативно-правовыми основами использования информации в системе публичной власти. *Информационно-содержательная* – знание основных тенденций развития общества, мировых и российских тенденций в сферах организации публичной власти, а также владение информацией о непосредственном объекте управленческой деятельности чиновника. *Информационно-*

*аналитическая* – умение обобщать и систематизировать информацию, готовить аналитические обзоры, умение моделировать административные процессы и процедуры в органах власти.

Но эти три составные части информационно-методической компетенции государственного служащего не могут быть сформированы в образовании и актуализированы в профессиональной деятельности без базовой, на наш взгляд, *информационно-технологической* составляющей. Именно технологическая готовность – умение обеспечивать и эффективно использовать доступ к системам информации на мировом, национальном, региональном и организационном уровнях – создает каналы для освоения и реализации информационно-правовой, информационно-содержательной и информационно-аналитической компетенций. Выделим основные задачи формирования информационно-технологической компетенции государственного служащего в системе непрерывного профессионального образования.

Первой проблемой и по степени важности, и по очередности решения является, на наш взгляд, проблема диагностики реальной подготовленности действующих и будущих государственных служащих в сфере владения информационными (компьютерными) технологиями. Речь идет не о простом пользовательском использовании компьютера, а о профессиональном владении технологиями поиска, обработки, хранения, оборота и использования информации. Получение достоверных данных об уровне такого владения и их последующая концептуализация для корректировки образовательной деятельности – это задача, которая может быть решена только методами социологического исследования.

Вторая проблема в решении задач формирования информационно-технологической компетентности государственных служащих – обеспечение собственно информационно-технологической (ИТ) подготовки государственных служащих в системе высшего и дополнительного профессионального образования. По определению ЮНЕСКО, информационные технологии – это комплекс взаимосвязанных научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации; вычислительную технику и методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения, а также связанные со всем этим социальные, экономические и культурные проблемы. Если принять определение ЮНЕСКО в качестве исходной позиции при содержательном наполнении модуля информационной компетенции, то становится очевидным, что при формировании информационно-технологической компетенции государственных служащих речь должна идти о капиталоемкой технической базе образования, о формировании информационных потоков в самой образовательной системе, а также об опережающем уровне информационной компетентности самих работников высшей школы.

**Э.А. Смирнов**

### **ТЕХНОЛОГИЯ «ЖИВЫХ РЕШЕНИЙ» В СИСТЕМЕ ВИРТУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

В настоящее время Интернет из сети узкого научного применения превратился в среду, которая обусловила появление нового поколения коммерческих компаний. Это поколение получает высокий уровень конкурентоспособности относительно традиционного бизнеса. Они характеризуются физической организацией и виртуальными отношениями. Эти отношения упрощают совершение покупок, бронирование билетов и номеров в гостиницах. Виртуальные отношения значительно сокращают документооборот с клиентами за счет использования электронной подписи. Покупатели могут пользоваться картами оплаты, находясь в других странах. При этом денежные операции между магазином и банками нескольких стран идут очень быстро. Покупатели получили возможность использовать различные платежные средства: наличные деньги, электронные кошельки типа Web-money и другие средства.

Новые Интернет-технологии существенно изменили методы ведения бизнеса. Новая техническая технология потребовала новой гуманитарной технологии привлечения потребителей. Каждый потребитель становится центром внимания Е-бизнеса. Этот процесс

аналогичен продвижению брендов. Если ранее бренды разделялись на региональные, национальные и мировые, то теперь появляются бренды магазинов шаговой доступности, бренд одного человека, бренд одного поступка.

Достигнуты большие успехи в области информационных технологий для электронного бизнеса. Однако еще не преодолены существенные проблемы технократического подхода. Эти проблемы относятся к формированию системы отношений в основных схемах Е-бизнеса.

Замещение личных контактов виртуальными в Е-бизнесе требует корректировки системы электронных коммуникаций в сторону гуманизации взаимодействия одушевленного и неодушевленного объекта: человека и информационной системы. К виртуальным коммуникациям предъявляются весьма жесткие требования, учитывая то, что основная часть прибавочного продукта (85 %) производится людьми, и только 15 % техническими средствами. Около 80 % всех катастроф в мире происходит по вине людей, из-за неправильного восприятия поступившей информации из технической системы, либо от человека.

Академик СССР В.М. Глушков (1923-1982) в работах по проектированию цифровых автоматов сформировал критерий высокой эффективности интерактивной системы электронных коммуникаций: «Электронный информатор должен восприниматься информантом как живой человек».

Электронный информатор – это промежуточное звено в виртуальных коммуникациях между руководителем и подчиненными, между подчиненными и между клиентами. Эти коммуникации должны иметь социально-психологическую ориентацию на конкретную группу подчиненных. Таким образом, решения, отправляемые подчиненным должны учитывать географическую среду их нахождения, особенности работников и др.

В реальном бизнесе существуют три вида решений, которые непосредственно направлены на человека – это управленческие решения, биологические решения и политические решения [1].

Каждый вид определяется объектом воздействия. Если объектом является организм человека или окружающая его среда, то решение является биологическим. Если объектом воздействия является подчиненный человек или структура, то решение является управленческим. Если объектом воздействия является неподчиненный человек или структура, например, клиент, то решение является политическим. Все другие варианты сводятся к этим трем. По методике подготовки и реализации, эти решения существенно различаются. Однако по характеру подготовки и реализации есть много общего. Общее заключается в гуманизации приемов подготовки и реализации решений, для доведения этих приемов до уровня хороших человеческих отношений. Наиболее естественной технологией формирования таких отношений является технология живых решений. Специфика их дана далее.

Каждый предприниматель хочет подготовить хорошее решение. Однако это редко удается, из-за того, что на пути от инициатора решения до его исполнителя появляются элементы отчуждения, неопределенности, барьеры, ограничения. В результате из решения уходит душа, эмоции, активизирующая аура. Отношение к объекту воздействия как к другу позволяет разрешить многие трудные проблемы. Например, если потребители будут относиться к компании с любовью, то они не будут отрицательно реагировать на мелкие упущения компании. В быту мы часто говорим нежные слова любимым неодушевленным предметам: украшениям, автомобилю, костюму. И это помогает подготовить и реализовать эффективные решения по их сохранению, модернизации, обмену. Лечащий врач, прописывая пациенту лекарства, может существенно усилить их воздействие за счет разъяснений их действий, примеров положительного действия на других пациентов или на себе.

Для формирования живых решений используются следующие элементы:

- цветной фон документа и цветной шрифт;
- выделение главного в информационном послании;
- использование ароматов, музыки повышающих внимание, память, настроение;
- использование рисунков и украшений в информационном послании;
- использование элементов идентификации личности подчиненного;

- использование элементов теории послушания.

Эта технология существенно меняет позитивное восприятие решения исполнителем.

Живые решения:

- воздействуют на несколько органов чувств человека, создавая своеобразный стереофонический эффект;
- активизируют обе половины головного мозга, при наличии рациональной и иррациональной информации;
- формируют положительную эмоциональную среду восприятия.

Живые решения характерны для бытовых, дружеских отношений, например:

- музыкальные, цветные поздравительные открытки;
- просьбы о чем-либо, подкрепленные улыбкой, анекдотом, поцелуем и т.д.

Биоэнергетика живых решений является основным побуждающим элементом для самовыражения, инноваций, творческого подхода и удовольствия для потребителей.

Менеджмент компании, владеющий технологией формирования живых решений, сильно выигрывает в бизнесе:

- у компании много друзей;
- потребители с удовольствием воспринимают информационное послание;
- менеджмент компании получает удовольствие от общения с окружающими людьми.

Данная технология разрабатывается в Государственном университете управления и Московском гуманитарном университете [2].

#### ***Библиографический список***

1. Смирнов, Э.А. Управленческие решения: учебник для вузов / Э.А. Смирнов. - М.: РИОР, 2009.
2. <http://alive-decisions.narod.ru>

***А.Д. Чернявский***

### **ИНФОРМАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ИНТЕРНЕТ–КОММУНИКАЦИЙ**

Новый подход к описанию «вирусного» механизма распространения маркетинговой информации в сети Интернет основывается на следующем. Предполагаем, что в некоторой замкнутой аудитории имеется источник распространения информации. Далее допустим, что вероятность приема информации группой людей из  $N$  человек пропорциональна  $N/N_0$ , где  $N_0$  – общее количество людей в этой аудитории. Остается принципиальным вопрос, чему пропорционально приращение:

$$\Delta N \approx \frac{N}{N_0} (N_0 - N) \Delta t \quad (1)$$

$$\text{или } \Delta N \approx \frac{N}{N_0} N \Delta t . \quad (2)$$

Решения уравнения (1) и (2) достаточно подробно проанализированы в [1]. Отметим, что уравнение (1) приводит к логистической зависимости, а (2) – к экспоненциальной. Принципиальное различие будет здесь в зависимости скорости роста, ознакомившихся с распространяемой информацией.

С точки зрения активности поведения аудитории уравнения (1) и (2) соответствуют различной позиции «приемников» информации. В соответствии с уравнением (1), та часть «приемников», т.е. число  $N$  людей, которые получили информацию, просто остается пассивной и не проявляет дальнейшей активности. Уравнение (2) соответствует статусу активных «приемников». Их активность будет пропорциональна количеству получивших информацию.

Таким образом: (1) – соответствует пассивной аудитории при получении информации, а (2) – активной аудитории. Применение и реализация той или иной модели распространения информации будет определяться ценностью информации для «приемника».

Дополним эти зависимости еще одним параметром – старением распространяемой информации и зададим ее широко используемой экспоненциальной зависимостью  $\exp(-\alpha t)$  [2].

В итоге мы получили уравнения распространения информации в однородной среде «приемников» с учетом ее старения во времени.

Далее модифицируем ситуацию. Рассмотрим аудиторию, состоящую из  $N_0$  человек. В ней имеются две категории людей: «ретрансляторы» информации и «приемники» информации. Обозначим  $N_1$  – группа «ретрансляторов», которые принимают распространяемую информацию и передают ее далее «приемникам» – группа  $N_2$ . Для «ретрансляторов» считаем, что вероятность приема ими для дальнейшего распространения информации составляет  $p_1 = N_1 / N_0$ .

Скорость изменения их численности будет пропорциональна (вероятности восприятия информации)  $x$  (количество людей в аудитории, еще не подвергшихся воздействию информации):

$$\frac{dN_1}{dt} = a \times e^{-\alpha t} \times \frac{N_1}{N_0} \times (N_0 - N_1 - N_2), \quad (3)$$

где  $N_1$  – «ретрансляторы»,  $N_2$  – «приемники»,  $a$  – амплитуда интенсивности воздействия,  $\alpha$  – коэффициент старения информации.

Появление группы  $N_2$  в (3) обусловлено тем, что мы никак не разделяем эти группы в рассматриваемой аудитории. Вероятность приема группой  $N_2$ , на которую ретранслирует информацию группа  $N_1$  при условии приема-передачи один в один будет  $p_2 = \frac{N_1}{N_0} \times \frac{N_2}{N_0}$ .

Сделаем замену переменных:

$$n_1 = \frac{N_1}{N_0}; n_2 = \frac{N_2}{N_0}; \tau = at; \beta = \frac{b}{a}; \gamma = \alpha/a \quad (4)$$

В итоге этих преобразований получаем систему обыкновенных дифференциальных уравнений, содержащую две переменные  $n_1$  и  $n_2$ , и управляющий параметр  $\beta$ :

$$\frac{dn_1}{d\tau} = e^{-\gamma\tau} \times n_1 \times (1 - n_1 - n_2) \quad (5)$$

$$\frac{dn_2}{d\tau} = \beta \times e^{-\gamma\tau} \times n_1 \times n_2.$$

Для анализа системы (5) как с учетом старения, так и без него используем численный метод решения системы обыкновенных дифференциальных уравнений с помощью метода Рунге-Кутты четвертого порядка с переменным шагом, реализуемый функцией Rkadapt(y,x1,x2,M,D) из пакета Mathcad 14.

Анализ показывает, что существует достаточно длительное время, необходимое для взрывного развития процессе распространения при соотношении «ретрансляторы»: «приемники» по вероятности как  $p_1$ :  $p_2$ . Это соответствует попаданию одного «приемника» на канал распространения «ретранслятора». Для повышения эффективности взаимодействия считаем, что к каждому «ретранслятору» как агенту влияния привязано  $k$  «приемников». Для описания этого состояния второе уравнение в (5) заменим на следующее:

$$\frac{dn_2}{d\tau} = \beta \times e^{-\gamma\tau} \times k \times n_1 \times n_2. \quad (6)$$

Общие закономерности предложенной модели сводятся к следующему:

- первоначально в аудитории происходит быстрый рост «ретрансляторов», т.е. тех индивидуумов, которые активны и интересуются новостными сообщениями;



- после достижения насыщения «ретрансляторами» всей аудитории начинается рост количества «приемников». Количество «ретрансляторов» уменьшается и они сами становятся «приемниками», т.е. заражаются распространяемой информацией;

- существенно сократить время насыщения аудитории «приемниками» можно привязав к каждому «ретранслятору» по несколько «приемников». В соответствии с проведенными расчетами сократить время «эпидемического порога», после которого наступает лавинообразный рост числа «приемников», можно на два порядка, т.е. в сто раз.

Эти выводы подтверждают известный вывод маркетологов о том, что наиболее эффективен «вирусный» маркетинг, реализуемый в сетях с высокой скоростью коммуникации и большой охватываемой аудиторией, т.е. в Интернет-сети.

Конечно, на первый взгляд допущение об отсутствии каких-либо количественных ограничений, т.е. «ретрансляторы» занимают только часть аудитории, кажется значительно влияющим на скорость размножения «приемников». Для устранения его, допустим, что в аудитории возможное количество «ретрансляторов» не превышает 20%. Это типичное допущение в соответствии с правилом Парето 20/80.

Результаты численного расчета в пакете Mathcad 14, показывают, что общие закономерности, отмеченные при отсутствии ограничения на  $n_{1max}$  сохраняются: сохраняется пороговый механизм развития «эпидемии», хотя скорость развития становится существенно ниже и форма кривой для  $n_2(\tau)$  приближается скорее к логисте. Однако при снижении предельного значения «ретрансляторов»  $n_{1max}(\tau)$  в 5 раз (с 1 до 0,2) время начала развития резкого роста  $n_2(\tau)$  увеличилось примерно в 1,5 раза. Таким образом, даже столь неблагоприятное ограничение на количество «ретрансляторов» подтверждает жизнеспособность предложенной модели.

#### ***Библиографический список***

1. Самарский, А.А., Михайлов, А.П. Математическое моделирование: Идеи. Методы. Примеры / А.А. Самарский, А.П. Михайлов. – М.: Физматлит, 2001. – 320 с.
2. Глущенко, В.В. Прогнозирование / В.В. Глущенко. – СПб.: СП ГУВК, 1999. – 245 с.

***Е.Д. Шетулова***

### **ПАРАДОКСЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОГО ОБЩЕСТВА**

Современные подходы к анализу общества плюралистичны. Этот плюрализм проявляет себя во многом, в том числе, в классификации типов обществ. Если классифицировать общества по социально-экономическому основанию, то, как известно, мы получим ряд формаций всем достаточно хорошо известных. Классификация по религиозным (мировоззренческим) основаниям в качестве своего результата предполагает выделение западной, евразийской, индo-буддийской, дальневосточно-конфуцианской, арабо-исламской, африканской и т. д. цивилизаций. Классификация по технико-технологическим основаниям определяет типы общества как аграрный, индустриальный, постиндустриальный. Постиндустриальный тип общества, в свою очередь, в качестве синонима или уточнения с 60-х годов XX столетия обрел наименование информационного общества. Информационное общество, как, впрочем, и любое другое, невозможно без коммуникации между людьми. Отсюда ставится вопрос о возможности или желательности определения современного общества как общества не просто информационного, а информационно-коммуникативного.

Информационно-коммуникативное общество, как и любое другое в истории, обладает собственными противоречиями, проблемами и парадоксами. К основным парадоксам данного типа общества в современной литературе относят следующие.

Первый парадокс заключается в том, что информационно-коммуникативное общество, будучи в основе своей (или в известном приближении) т. н. «обществом знания» стало стремительно изготавливать «ничегонезнаек» (термин И. Валлерстайна). И это порождает ряд весьма тревожных тенденций, основанных на глубоком разрыве информации и знаний, получаемого и перерабатываемого материала. Основной из этих тенденций выступает «сжатие средних страт», являющихся основой интеллектуальной миросистемы, что ведет к моральному и институциональному кризису.

Второй парадокс заключается в том, что, несмотря на развитие и лидерство информационно-коммуникативных технологий существует возможность потенциальной утраты этим обществом лидирующей роли. Данный парадокс основан на разрушении связей между многоэтническими культурными группами, а также между возрастными когортами.

Третий парадокс состоит в одновременной интеграции и дезинтеграции человеческого общества. Ведь современные информационные технологии и создают глобальную социальную общность посредством «всемирной паутины», и разрушают человеческую общность посредством «атомизации» сообщества, превращая связи людей в достаточно условные связи.

Четвертый парадокс заключается в акцентации на настоящем и одновременно внеисторическом существовании (современные медиа: «оставайтесь с нами»). Это ведет к формированию некоего вневременного сознания аудитории. А это, в свою очередь, ведет к замене сиюминутным и прошлого, и будущего, да и настоящее обесмысливается.

Пятый парадокс проявляет себя в жесткой разделенности «деятельности» и «делания». Дело в том, что ранее с социальным соотносился деятельностный подход, фундированный непосредственным человеческим трудом, направленным на объект. Сегодня с социальностью соотносится иное – практика «делания», направленная на объект, в качестве которого выступает субъект и его сознание (новости дня, имидж, публичная сфера поистине делаются, изготавливаются).

Шестой парадокс состоит в замещении категорий «быть» и «иметь» категориями «казаться» и «пользоваться». Соответственно человек наделяется новым бытийным статусом – фрагментарного субъекта. С одной стороны, здесь открываются новые большие перспективы ничем не ограниченного самопроявления и пользования благодаря наличию виртуального мира в «глобальной паутине». С другой стороны, стремление к кажимости и пользованию ограничивает бытийный горизонт субъекта превращениями собственного сознания.

Седьмой парадокс выступает в форме кардинальной разнонаправленности векторов развития информационного и коммуникативного. Информационное становится все более массовым, да и по своей природе предназначено для массового пользователя. Массовость здесь проявляется и в том, что информационное приспособлено к «нижнему» порогу потребностей. Коммуникативное же – это основа intersubjectивного, социального. В его пространстве сосредоточен диалог. А информационное далеко от пространства и диалога [1, с. 206-217].

Все эти парадоксы, выделенные современными теоретиками, обуславливают соответствующую интенцию на поиск возможных «выходов» из сложившегося положения вещей, на определение стратегической перспективы дальнейшего развития. Разумеется, что такого рода определение стратегии вещь чрезвычайно сложная, ввиду наличия множества факторов и тенденций общественного развития. Однако по этому поводу возможно высказать ряд идей.

Эти серьезные проблемы, в известной мере, и социально, и антропологически угрожающие, по нашему мнению, вполне возможно минимизировать, а может быть, в перспективе и снять. И минимизация, и элиминация указанных проблем кроется в самом различии информационного и коммуникативного. Современное информационное общество – результат развития компьютерных и информационных технологий, порожденных определенным и весьма недавним «витком» технического прогресса. Коммуникация же, как таковая, выступает в форме некоего «вечного» фактора, ибо без передачи информации от человека к человеку как специфического способа взаимодействия людей, без общения невозможно ни социальное, ни

человеческое бытие как таковое. Знаковые системы, способы коммуникативного взаимодействия (без компьютеров, при помощи компьютеров) могут меняться.

Это, как нам представляется, означает, что путем минимизации указанных проблем выступает всемерное развитие именно коммуникативной составляющей. Например, путем всемерного развития диалога культур, религий, идеологических миров, смысловых структур всевозможными средствами. Путь элиминации же состоит в достаточно радикальном средстве. Это средство – снятие искусственного перекося технического прогресса исключительно в сторону развития информационных технологий, при забвении других сторон этого прогресса [2, с. 288]. Прежде всего, энергетически-технологической составляющей научно-технологического прогресса, без развития которой человеческая цивилизация может в принципе упереться в ряд тупиков, «запрещающих» дальнейшее развитие, в том числе, самих компьютерных технологий. Тем более, что их подлинное (продуктивное) предназначение отнюдь не состоит в создании спекулятивно-миражного мира, а состоит в расширении познавательных и преобразовательных возможностей человека, в стимулировании всемерного саморазвития нашей цивилизации.

### ***Библиографический список***

1. Социальное: истоки, структурные профили, современные вызовы / под общ. ред. П.К. Гречко, Е.М. Курмелевой. – М.: РОССПЭН, 2009. – 440 с.
2. Калашников, М., Кугушев, С. Третий проект. Точка перехода: книга-расследование / М. Калашников, С. Кугушев. – М.: АСТ: Астрель, 2006. – 733 с.

***Н.Н. Яковлева***

## **ДИНАМИКА КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОБЛЕМА ИНФОРМАЦИОННОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ РОССИЙСКИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**

Информационные технологии все активнее проникают в различные сферы общественной жизни. Информация становится важнейшим фактором изменения качества жизни современного человека. Для обеспечения необходимых темпов экономического развития России особую роль играют коммуникационные технологии. Ряд ведущих исследователей (Д. Белл, У. Мартин и др.) подчеркивают, что именно коммуникация представляет собой ключевой элемент информационного общества. Одной из наиболее серьезных проблем использования современных коммуникационных технологий является отставание темпов их освоения пользователями от темпов самих технологических изменений.

Появление коммуникационных технологий в их современном понимании связывают с зарождением Интернета как одной из первых информационных систем (США, конец 60-х годов). Уже к середине 70-х годов сеть выросла до международных масштабов. Далее развитие Интернета как глобальной системы шло возрастающими темпами. Основные качественные изменения произошли с появлением персональных компьютеров (1977 г. – первый массовый персональный компьютер Apple). Сегодня мы являемся свидетелями тотального проникновения Интернета во все сферы общественной жизни.

Одновременно с компьютерными сетями активно развивались системы мобильной персональной связи. В 70-х годах были разработаны первые стандарты сотовой связи в США и Европе. Десять лет спустя началось реальное функционирование коммерческих сотовых сетей. Именно тогда такие системы связи стали действительно персональными и стали оказывать существенное влияние на общественные процессы. Логическим продолжением развития стала конвергенция интернета и беспроводной связи.

Следует отметить, что развитие информационных и коммуникационных технологий в постиндустриальных экономиках сопровождалось существенными изменениями в общественном сознании. При этом традиционная для развитых стран производственная

коммуникативная культура достаточно естественно приняла в себя новые формы общения с использованием новейших научных и технологических достижений.

Исторически сложилось так, что Россия (СССР) существенно отставала от общих мировых тенденций как в вопросах технического обеспечения, так и в доступности и массовости использования новых систем коммуникаций. В начале 90-х годов на территории нашей страны стали работать первые операторы сотовой связи. В это время началось формирование Рунета как части глобальной информационной сети. Но только после завершения экономических потрясений XX в. началась по-настоящему активная фаза развития современных информационных и коммуникационных систем.

Эти процессы нашли отражение и в деятельности органов власти по разработке и реализации государственной политики в области развития информационного общества в России. При этом можно выделить несколько основных этапов. На первом (1991-1994 гг.) формировались основы понимания значимости информационной сферы. Второй этап (1994-1998 гг.) характеризовался сменой приоритетов: от информатизации как процессу внедрения новых технологий – к выработке основ информационной политики государства. Третий этап, который длится и поныне, – этап формирования политики в сфере создания информационного общества. В 2002 г. правительством РФ была принята Федеральная целевая программа «Электронная Россия 2002-2010 гг.», призванная дать мощный толчок развитию информационного общества в российских регионах.

Результатами государственной политики в сфере информатизации стали существенные инвестиции в смежные отрасли экономики и быстрый рост количества пользователей информационных систем и устройств связи. Так, по результатам исследований компании SpyLOG, к началу 2000 г. в России к Интернету подключились около 5,4 млн чел., на конец 2001 г. максимальная аудитория российских пользователей достигала 19 млн чел., к началу 2003 г. численность аудитории Рунета достигла примерно 25 млн чел., 2008 г. – 40 млн чел. [1]. Сегодня по данным ВЦИОМ выход в Интернет есть почти у 40 % россиян, широкополосный доступ сегодня есть более чем у 21 % пользователей. Растут и темпы освоения глобальной сети. Так, если в 2006 г. доля респондентов, осуществляющих выход в Интернет регулярно (не реже, чем несколько раз в месяц) составляла 22 %, то сейчас уже 38 %. Причем, большая часть в этой группе обращается к сети ежедневно (23 % против 5 % в 2006 г.), еще 11 % - еженедельно, 4 % - ежемесячно. 1 % пользуются Интернетом эпизодически. Постепенно снижается доля тех, кто вообще не использует Интернет (с 76 % в 2006 г. до 60 % в текущем году) [2].

Примерно такие же темпы роста характерны и для мобильной связи. По данным аналитических исследований, выполненных по заказу крупнейших операторов связи (Вымпелком, МТС), проникновение связи по России в среднем в конце 2009 г. приближалось к 100 %, а в крупных городах (Москва, Санкт-Петербург) почти достигло европейского уровня в 150 %.

Таким образом, можно утверждать, что в России на наших глазах произошла информационная технологическая революция, обусловленная практически мгновенным (в исторических масштабах) проникновением готовых технических решений в сфере коммуникационных технологий на формирующийся рынок. Казалось бы, это должно послужить основой для стремительного движения вперед всей экономики. Но на практике эффективность использования преимуществ, предоставляемых современными технологиями, оказывается ниже ожидаемой.

Основная причина такого отрицательного эффекта заключается в несоответствии между быстрым ростом информационных (коммуникационных) потоков и уровнем информационной компетентности большинства активного населения России. Другими словами, несмотря на значительные темпы освоения информационных технологий в России, изменения в общественном сознании все-таки не успевают за проявлениями технического прогресса. К факторам такого отставания можно отнести:

1. Незавершенность преобразований в экономике. Структурная перестройка отечественной экономики значительно отстает от темпов структурной динамики ведущих стран мира.

2. Моральный износ основных фондов большей части российских предприятий настолько велик, что не приходится говорить о реальном внедрении в производственный процесс инновационных технологий.

3. Подавляющая часть россиян не может преодолеть языковой барьер – низкий уровень владения иностранными языками не позволяет в полной мере использовать информационные ресурсы глобальной сети.

4. Недостаточным является и уровень технической грамотности многих пользователей, а у значительной части людей старшего поколения он недопустимо низок.

5. Подготовка выпускников высшей школы в области коммуникативных технологий не всегда достаточна для эффективной работы, особенно в высокотехнологичных компаниях.

6. Существует ряд проблем и в сфере информационной компетентности профессорско-преподавательского состава российских вузов. Недостаточное использование мультимедийных средств обучения, интерактивных технологий снижает качество профессионального образования.

Очевидно, что перечисленные проблемы многоплановы и требуют системного подхода к их решению.

#### ***Библиографический список***

1. SpyLOG: измерения Интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spylog.ru/>, свободный - Загл. с экрана. – Дата обращения: 17.03.2010.

2. Интернет в России. Темпы проникновения и использования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/13386.html?no\\_cache=1&cHash=70ad9d4c0a](http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/13386.html?no_cache=1&cHash=70ad9d4c0a), свободный - Загл. с экрана. – Дата обращения: 27.03.2010.

***И.Н. Абатуров***

### **ПЕЧАТНЫЕ КАНАЛЫ ПЕРЕДАЧИ ГУМАНИТАРНОЙ НАУЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ: ПРОБЛЕМА ЦИВИЛИЗОВАННОСТИ**

Для ученого важно, чтобы его идеи распространялись среди максимально широкого слоя потенциальных потребителей. Человек, который занимается проблемами тех наук, которые призваны обеспечивать формирование особого функционального мышления, не может работать «в стол». Социальная функция гуманитарных наук, таких как история и философия – формирование особой цивилизованности, которая позволяет индивиду самоидентифицировать себя в определенном социуме и удовлетворять свои интересы путем обеспечения исполнения потребностей всего общества. В самом деле, цивилизованность – это «коренное отличие человеческого состояния от животного и социально-гуманистический способ реализации этого состояния посредством созидательного и ответственного разрешения противоречий бытия и развития людей во благо себя и общества, всей цивилизации» [1, с. 71]. Но мало разработать требования, которым должен соответствовать цивилизованный по российским меркам человек, надо еще и суметь донести до потенциального потребителя тот гносеологический минимум, которым должен обладать цивилизованный человек. В настоящее время существует целый ряд каналов, по которым распространяется научная информация. Цивилизационное значение каждого из каналов различно и зависит от многих факторов: уровня доступности для потенциального потребителя, соблюдения авторских прав, а также наличия рецензирования и экспертизы издаваемых материалов.

Печатные издания по-прежнему считаются основным каналом передачи научной информации. Однако их уровень в последние годы значительно снизился. Прежде всего это

связано с исчезновением такого достижения советского периода, как научное редактирование. В Советском Союзе каналом общения между учеными считался научно-методологический семинар. Как отмечает зарубежный исследователь А. Монжили, в советской науке сформировался «при трудности осуществления публикаций... расцвет семинаров» [2]. На семинарах материалы проходили своего рода экспертное обсуждение, чтобы затем подвергнуться многоступенчатой процедуре редактирования (научное, литературное, техническое, художественное) при подготовке к публикации. Получить публикацию в журнале было мечтой любого советского исследователя, поэтому авторы были вынуждены тщательно прорабатывать материалы, проверять и перепроверять выводы. Однако в постсоветский период окончательно сформировался феномен ученого, который пишет статьи для себя. Все это проявилось в том, что из ученой среды практически исчезло такое понятие, как авторский гонорар. Более того, теперь автор сам платит за то, чтобы его труд напечатали. Это происходит либо в прямой форме – «плата за публикацию», либо в косвенной – необходимость покупки определенного количества экземпляров журнала со своей статьей.

В результате, несмотря на все призывы к открытости гуманитарного научного знания, оно все равно остается оторванным от того читателя, просвещать которого призвано. Нельзя сказать, что в редакциях научных журналов этого не понимают и такое положение дел не хотят изменить. Даже центральные научные периодические издания пытаются привлечь читателя, поскольку осознают, что для развития их изданий требуется дополнительное финансирование.

К примеру, в журнале «Вопросы истории», одном из центральных и весьма авторитетных научных СМИ по историческим наукам, вышла статья публициста В.С. Успенского, посвященная известному участнику Французской революции, графу П.А. Строганову, ставшему героем нескольких популярных литературных произведений [3]. В советские годы такое было бы немислимым: публицисту позволили издать статью в «закрытом» для непрофессионалов журнале. Перед публикацией материал В.С. Успенского не был должным образом проверен, хотя беглого взгляда достаточно, чтобы понять, что автор не внес ничего нового в биографию П.А. Строганова (все ссылки были сделаны на опубликованные документы). Статья вызвала гневные отклики профессиональных ученых. Так, А.В. Чудинов послал разгромную рецензию на этот труд в редакцию журнала, которая была опубликована. Но рецензента не удовлетворил тот факт, что его отзыв «сильно пострадал от неудачной редакторской правки» и он опубликовал его на одном из сайтов. Следует отметить, что, несмотря на то, что А.В. Чудинов упрекает В.С. Успенского в том, что у того «едва ли не в каждой строке содержатся фактические ошибки, а то и просто откровенный домисел», историк не решается критиковать сам факт допуска в научный журнал «дилетанта»[4].

Таким образом, можно отметить, что в постсоветский период наметилась тенденция к снижению качества подготовки печатных материалов. Если в советский период все статьи проходили многоступенчатую экспертизу и правку, то после распада СССР проверки стали менее строгими или почти совсем исчезли. Печатные издания начали ориентироваться на более широкий круг читателей, стремясь занять сферу их досуга и даже пытаться конкурировать с развлекательными литературно-художественными журналами. Это изменение было связано с недостатком государственного финансирования и проявлялось в том, что в научных периодических изданиях (в том числе центральных) начали появляться популярные статьи, а язык многих авторов стал более простым и понятным непрофессионалу. Все эти изменения привели к увеличению влияния этих периодических изданий на формирование цивилизованности их читателей. Следует продолжить рассмотрение данной проблематики в междисциплинарном ключе.

#### *Библиографический список*

1. Мельник, В.И. Цивилизованность: человеческое измерение: монография / В.И. Мельник. – Екатеринбург, 2007.
2. Mongili, A. La science russe: un systeme archaique mais productif // Annales. Mai-juin 1995. № 3. P. 554.

3. Успенский, В.С. Павел Александрович Строганов // Вопросы истории. 2000. № 7. С. 85–103.
4. Чудинов, А.В. Снова о Павле Строганове. [Электронный ресурс] [http://liberte.newmail.ru/Tchoud\\_Strog.html](http://liberte.newmail.ru/Tchoud_Strog.html).

*Е.А. Авербух, К.И. Кузнецов, А.А. Куркин*

## **ВИРТУАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕОФИЗИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ**

Стремительное развитие технологий виртуальных коммуникаций является одним из факторов, определяющих вектор развития мирового сообщества XXI в., где решающую роль играют не природные ресурсы стран, не производство продукции по шаблону, а информационно-научное знание – как фактор, определяющий потенциал развития общества и его перспективы.

Особое значение при этом имеет использование виртуальных ресурсов коммуникаций для исследования различных научных процессов. Эта роль обусловлена следующими основными факторами:

- 1) возможностью использования вычислительных ресурсов различных регионов;
- 2) работа в режиме реального времени с привлечением практически неограниченных ресурсов сети;
- 3) междисциплинарные дискуссии, обмен информацией, взаимное проникновение различных методов для исследования сложных и в особенности взаимосвязанных процессов;
- 4) экономическая и временная эффективность совместных исследований посредством виртуального обмена информацией и результатов
- 5) преодоление межнациональных и языковых барьеров общения.

Одним из наглядных и плодотворных применений виртуальных коммуникаций являются работы по исследованию различных геофизических процессов. Данная область знания является пересечением различных областей науки: физики, астрономии, математики, материаловедения и информационных технологий. Обилие различных научных институтов, исследовательских центров, лабораторий, огромных баз данных, собранных за многие годы исследований, требуют мобильной и производительной обработки.

В настоящий момент виртуальным пространством геофизических исследований являются большое количество Интернет-ресурсов, в которых условно можно выделить следующие группы с примерами:

- 1) электронные библиотеки научных пособий, монографий, учебников (Геофизическая библиотека Ленинградский геофизик [1]);
- 2) лекционно-обобщающие видео-лекции ведущих ученых мира, семинары, on-line конференции (Научно-исследовательский вычислительный центр НИВЦ МГУ [2]);
- 3) сайты математических моделей и систем визуализации геофизической информации (официальный сайт геофизической модели расчета волн цунами и визуализации геоинформации NAMI-DANCE [3])
- 4) Интернет-ресурсы исследовательских центров (Институт Океанологии РАН им. П.П.Ширшова [4], кафедра физики Земли физического факультета МГУ [5]);
- 5) агрегация новостей (Астронет [6]);
- 6) базы данных различных геофизических явлений (историческая база данных о цунами в Мировом океане [7]) и т.п.

За годы исследования геофизических процессов скопилась большая база данных по обработке и анализу, с которыми довольно затруднительно становится работать: каждая программа использует свой минимум программного обеспечения. Эти программы громоздки и медлительны, и в итоге является серьезным сдерживающим фактором при анализе данных. Поэтому необходима система, которая бы позволила в первую очередь структурировано

хранить данные и предоставлять к ним удобный доступ, а также проводить типовую обработку данных.

В настоящее время наиболее известными российскими базами океанографических данных являются база ТОИ ДВО РАН «ОКЕАН 1» и «ОКЕАН 2» и база ИО им. Ширшова РАН [4]. Но специализация таких баз очень узка.

Таким образом, для решения ранее описанных задач была разработана информационная система анализа данных, названная OceanData. С точки зрения информационных технологий OceanData представляет собой сложный расчетный комплекс с модульной архитектурой.

В основе архитектуры системы лежит клиент-серверная технология. Соответственно, выделяют клиентскую и серверную стороны приложения. Клиентская сторона приложения функционирует на рабочем месте пользователя, в роли которого выступает браузер персонального компьютера. Серверная сторона функционирует на специализированном комплексе, включающем в себя мощные аппаратные средства, требуемый набор стандартного программного обеспечения, систему управления базами данных и собственно структуры данных.

Система состоит из трех слоев или компонент: компонент ввода-вывода, компонент прикладной логики и компонент хранения базы данных. При этом компонент прикладной логики находится на промежуточном слое, который является клиентом для базы данных и сервером для пользователя. На стороне пользователя выполняются только операции визуализации и ввода-вывода данных, а всю прикладную логику реализует сервер. Обмен между клиентом и сервером в таких системах осуществляется на уровне команд вывода данных на экран и результатов пользовательского ввода.

Пользователь, набрав в браузере адрес системы <http://hydrolab.nnov.ru/>, получает доступ к пользовательскому интерфейсу системы. Удобный интерфейс позволяет пользователю сформировать нужные запросы и обработку, не требуя при этом специальных знаний.

В настоящий момент описанная информационная система прошла тестирование и полностью функционирует: добавляются данные экспериментов, увеличиваются возможности хранения данных и наращивается функциональная составляющая системы.

Таким образом, в рамках данной работы, проведен анализ и систематизация существующих виртуальных геофизических ресурсов, отмечена практическая значимость использования виртуальных коммуникаций в данной сфере и создана информационная система анализа данных OceanData.

### ***Библиографический список***

1. Ленинградский геофизик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gff-lgi.spb.ru/bibl.htm>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 01.04.2010 г.
2. GEOPHYS LAB [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://geophyslab.srcc.msu.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 01.04.2010 г.
3. Nizhny Novgorod State Technical University (Nizhny Novgorod/Russia), Middle East Technical University Cakil Engineering (Ankara/Turkey). Tsunami simulation/ visualization code Nami Dance v.4.9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://namidance.ce.metu.edu.tr/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 01.04.2010 г.
4. Институт Океанологии РАН им. П.П.Ширшова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ocean.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 01.04.2010 г.
5. Кафедра физики Земли физического факультета МГУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://geo.phys.msu.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 01.04.2010 г.
6. Астронет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.astronet.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 01.04.2010 г.
7. Институт Вычислительной Математики и Математической Геофизики: СО РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tsun.sccc.ru/nh/tsunami.php>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 01.04.2010 г.



## **ЭВОЛЮЦИЯ РАЗВИТИЯ СРЕДСТВ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: ОТ РЕАЛЬНОЙ К ВИРТУАЛЬНОЙ**

Коммуникационная культура определяется господствующими в обществе нормами и способами фиксации, хранения и распространения культурных смыслов, т. е. родом социальной коммуникации. Ученые обозначили пять мощнейших толчков, ускоривших развитие человечества, которые получила культура за время ее существования.

Первый – появление устной речи; второй – изобретение письменности, позволившей человеку вступать в коммуникацию с другими людьми, не находящимися с ним в непосредственном контакте; третий – появление и распространение книгопечатания, предоставившее возможность множеству людей получить доступ к знаниям и тем самым расширить свое приобщение к культуре. Четвертый – возникновение электронных средств массовой коммуникации, которые предоставили возможность каждому стать непосредственным свидетелем и участником историко-культурных процессов, происходящих во всем мире. Пятый, по оценкам многих специалистов, – возникновение и развитие сети Интернет, как нового средства коммуникации, предоставившего широкие возможности в формах и способах получения и передачи информации, а также осуществлении множества других функций.

Виртуальная коммуникация, согласно современным подходам, является четвертым этапом развития общей цепочки: 1) текстовое сообщение; 2) аудио- и визуальное сообщение; 3) искусственно моделируемые миры и компьютерные игры; 4) системы виртуальной реальности.

Известно два типа средств коммуникации:

1. Естественный возникший (язык, мимика, жесты).
2. Искусственно созданный (технический):
  - а) традиционный (пресса, книгопечатание, письменность);
  - б) типично современный (радио, телевидение, кинематограф, Интернет).

Последовательная смена средств социальной коммуникации по пути прогресса происходит не стихийно, а в силу кризиса коммуникационных каналов, который состоит в том, что эти каналы перестают удовлетворять коммуникационные потребности отдельных людей и общества в целом. Разрешение кризиса достигается путем бифуркации (разделения) перегруженных каналов [1].

К обмену новостями или информацией люди стремились во все времена, даже доисторические. Общение между людьми начиналось с отдельных звуков, жестов, мимики, затем посредством криков люди передавали информацию на расстояние. Письменность помогла решить проблему хранения информации, появилась возможность обеспечить связь прошлого с будущим (сохранение преемственности в развитии). Письменность как первая пространственно отделенная от субъекта форма моделирования природного и социального мира открывает общество, в научном смысле слова, как цивилизацию, то есть дает возможность оперировать социальной семантической информацией вне прямого контакта. Письменность явилась семиотической революцией в знаковых способах организации общества. Письменность служит одним из важнейших средств сохранения языка в живом виде.

Появление возможности книгопечатания обеспечило сохранение авторства, интеллектуальной собственности, существенно более массовый и оперативный обмен информацией. Книга в настоящее время приобретает электронную форму, однако это не ставит вопрос об исчезновении книги, т.к. работа с книгой является самым комфортным для человека средством коммуникации.

С открытием электромагнитных волн Максвеллом и экспериментальным установлением их существования Герцем началась эпоха развития радио и телевидения. Радио, как наиболее доступное средство коммуникации по сравнению с другими мультимедийными средствами, оказывает большое влияние на общество, поскольку прямые включения больше располагают к доверительным отношениям со стороны слушающих их людей.

На сегодняшний день телевидение занимает господствующее положение среди средств массовой информации. Если в конце 70-х начале 80-х годов телевизор считался роскошью, то сегодня телевидение прочно вошло в быт практически каждой семьи. Постепенно телевидение вытесняет газеты и журналы, серьезно конкурирует с радио. Конкуренция с прессой объясняется появлением на телевидении новых технологий: 1) цифровое телевидение; 2) телетекст; 3) компьютерные технологии; 4) спутниковое телевидение. В связи с этим заметно возросла оперативность передачи информации и как следствие затруднена возможность контроля над «чистотой» эфира.

Компьютерная фаза – новый безбумажный этап в развитии социальных коммуникаций. Бумага необходима только для воспроизводства визуально оформленных документов. Роль систематизации, хранения, переработки информации, а также передачи ее на длительные расстояния взяла на себя техника.

Главное отличие электронного диалога от межличностной устной коммуникации состоит не столько в опосредованности экраном, которая есть и в случае видеотелефона или промышленного телевидения, не говоря уж о кинематографе, сколько в факте общения не с человеком, а с электронной памятью. Диалог «человек – машина» – главное отличие электронной коммуникации от устной или документальной коммуникации, где имеет место прямой или опосредованный документом диалог «человек – человек».

Виртуальную коммуникацию можно определить как некую особую форму коммуникации по признаку канала приема и передачи информации. Соответственно, основной ее отличительной характеристикой является опосредованность: виртуальная коммуникация осуществляется при помощи технического устройства (главным образом, компьютера) и во многом зависит от его функциональных возможностей, которые и определяют ее качественное своеобразие.

В отличие от большинства традиционных форм коммуникации, виртуальная коммуникация характеризуется дистантностью и высокой степенью проницаемости: ее участником может оказаться человек, находящийся в любой из частей света. Таким образом, виртуальная коммуникация носит глобальный межкультурный характер, что приводит к столкновению в процессе коммуникации ценностно-нормативных ориентиров различных культур. Результатом этого столкновения становится выработка единых и универсальных способов и стилей взаимодействия, что, впрочем, неизбежно сопровождается утерей связей с культурой традиционной [2].

Вербальный способ реальной коммуникации ограничен временными рамками и узкой пространственной направленностью. Возможность предоставления информации гигантским аудиториям, рассредоточенным по всему земному шару, сближает виртуальную коммуникацию с массово-информационной. Вместе с тем, их нельзя отождествить: в отличие от однолинейной массовой коммуникации, виртуальная коммуникация является взаимно направленной и интерактивной.

#### ***Библиографический список***

1. Грязнов, Е.В. Виртуально-информационная реальность в системе «Человек – Универсум»: монография/ Е.В. Грязнов. – Н. Новгород: Изд. ННГУ, 2006. – 255 с.
2. Носов, Н.А. Виртуальная психология / Н.А. Носов. - М.: Аграф, 2000. – 432 с.

***А.В. Боков***

#### **ЖИЗНЬ 2.0**

По мере развития высоких технологий все больший размах приобретают споры, касающиеся вреда/пользы углубленного использования интернета. Особенно в аспекте ухода в него не просто «с головой, а всей головой». Сеть облегчает любую коммуникацию –

мгновенный обмен файлами, видео- и аудио конференции в режиме реального времени позволяют быть в ста местах сразу, оперативно решать вопросы, экономить время и средства. Не за горами тот день, когда многие офисы станут ненужными, и сотрудники будут работать у себя дома под наблюдением начальства, словно участники реалити-шоу. Перспектива не то, чтобы радостная, но очевидная.

Вопросы, связанные с погружением в интернет-взаимоотношения, в основном касаются сферы коммуникативной – насколько личность, скрытая за ником или аватаром, соответствует сама себе? И что ищет она в виртуальной стране? Для полноценного и взвешенного ответа на эти вопросы бесценный материал представляет виртуальное пространство, называемое Second Life (SL) или Вторая жизнь.

Second Life поначалу считали очередным компьютерным развлечением. Но это не игра хотя бы потому, что в этом пространстве есть собственность, право, копирайт и многое другое, свойственное исключительно реальной жизни. Там можно говорить голосом, ходить, бегать, летать, кататься на машине, пить чай с друзьями. Правда, в виде мультяшной фигурки-аватара... Second Life – виртуальный мир, спроектированный компанией Linden Research (или Linden Lab) в 2003 г. К концу 2006 г. журналисты известили о нем весь мир.

Визуально SL представляет собой 3D изображение разных красивых мест с большим количеством пляжей, парков, магазинов, музеев и дискотек. По этим-то местам, называемым островами, и можно передвигаться в виде аватара, любовно выбранного пользователем при регистрации. Аватар получает в SL статус «резидента» и регистрируется под настоящую кредитную карту, если, конечно, его обладатель собирается существовать в SL полноценно – то есть не только прогуливаться по виртуальным городам и весям, но и покупать товары в магазинах, жить в собственной квартире или открыть бизнес.

Мир SL не является ни мрачным, ни страшным. Напротив, он изумительно светел и красив, к тому же потрясающе разнообразен, поскольку создатели предложили пользователям самим застраивать «голую» вселенную. То есть употребили креатив миллионов своих пользователей совершенно бесплатно!

Самым любопытным в этом проекте является даже не сам креатив, а потрясающее сходство игровых реалий с настоящей жизнью. Филип Роздейл так и сказал однажды: «Я не игру создаю, а новое государство». Со всеми вытекающими отсюда последствиями.

На сегодняшний день в SL зарегистрировано более 15 млн аккаунтов, но постоянных пользователей значительно меньше. Но не количеством завораживает человеческий материал SL, а качеством, ибо очень уж не похож резидент фантастической вселенной на зацикленного «компьютеромана»... На сегодняшний день среднему обитателю Второй Жизни 32 года и описать его непросто. Это человек, наделенный творческими способностями, мыслящий образами, получающий удовольствие от процесса усвоения новых знаний, общительный, с хорошим чувством юмора.

Финансовый аспект Второй Жизни так же исключительно интересен. Внутри игровых пространств уже давно тратятся и зарабатываются настоящие деньги, поэтому виртуальными мирами так пристально интересуются экономисты. И действительно: как квалифицировать заработанные в виртуале деньги? Как доход от профессиональной деятельности, выигрыш или подарок?

По количеству подобных вопросов SL обошел всех, ибо его создатели предусмотрели полноценную финансовую жизнь для своих резидентов – даже ввели собственную валюту – линден доллар (L\$). Один американский доллар стоит порядка 280 L\$. Курс колеблется, порой его приходится искусственно поддерживать, но в целом валюта стабильна и конвертируема. Ее можно купить, можно продать, можно положить в банк под процент, можно вложить в бизнес (свой или чужой).

Неприязнь к интернету как «мировой паутине», которая оплетает всех и вся зловредной липкой массой, однозначно является предрассудком. В особенности, если речь идет о таких форматах как SL. Трехмерный интернет, как и фильм, демонстрируемый в кинозале, обладает способностью концентрировать внимание человека на полотне экрана, выключая его из

окружающей действительности. Никто, однако, не говорит о вреде кинематографа и не предлагает закрыть кинотеатры. Потому что пользы киноискусство (даже когда это совсем не искусство) приносит явным образом больше, чем вреда. Позитив же Второй Жизни заключается не только в оригинальной возможности повысить культурный или образовательный уровень, не только в развлечении или вполне достойном, но и в расширении коммуникативных и креативных возможностей Homo sapiens. Более того, психологи считают, что само блуждание по островам уже эффективная психотерапия – когда усталый и раздраженный человек сажает свой аватар в гамак, и под шум волны раскачивается взад вперед, любуясь яркими цветами и бабочками, покой на душе он начинает ощущать совершенно реальный.

У синтетических миров есть еще одно свойство, которое, к сожалению, пока никак не используется, а перспективы тут могут быть гораздо шире, чем перспективы эксплуатации искусственной макроэкономики. Хорошо спроектированный виртуальный мир является идеальной тестовой площадкой для экономических или социальных экспериментов. Его можно максимально приблизить к реальному миру, тщательно воссоздав взаимосвязи между субъектами с помощью специально прописанных правил и грамотной организации сообщества, а люди (главный недостаток всех экономических моделей заключается в том, что человеческий фактор в них либо не учитывается, либо усредняется) в нем самые настоящие.

Таким образом, на сегодняшний день ясно одно: на смену плоскому журнально/газетному интернет формату приходит другой – аудио-визуальный 3D, который либо вытеснит плоский, либо поселится рядом, как кино и телевидение соседствуют с книгой. Пока освоение SL слишком трудоемко для человека, не умеющего манипулировать джойстиком и мышкой, но скоро взрослого сменят сегодняшние дети, для которых эти навыки являются продолжением рук. За это время разовьются каналы связи, вырастет скорость передачи данных, подорожает нефть (а с нею и бензин), везде будет беспроводной интернет. И по воскресеньям родители с детьми будут отправляться не в парк (все парки будут пущены под топор), а в виртуал, где смогут насладиться красотой новых мест уже не в мультварианте, а в их фотокопии, и вся семья при этом будет бодро шагать по домашнему тренажеру... Картина, конечно, жутковатая, но куда деваться – прогресс может остановить только конец света.

*Г.И. Илюхина*

## **БИЗНЕС- КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ**

Развитие сети Интернет в России приобретает все большие масштабы. Очевидно, что с учетом появления на телекоммуникационном рынке таких услуг, как широкополосный доступ, оптоволоконные каналы связи, развитие спутниковой и мобильной радиосвязи, снижение цен на эти услуги - дальнейший рост российского сегмента интернет приобретет значительный характер.

С ростом технологических возможностей Интернета как среды для коммуникации появились условия для передачи разного рода информации на любые расстояния и за короткие промежутки времени. Особую роль интернет стал играть для современного бизнеса. Сегодняшние реалии таковы, что специалисты и руководители предприятий стараются переходить к использованию коммуникаций через интернет наравне с традиционными видами коммуникации. Российский интернет подтягивается за мировым. Проходит повальное увлечение создавать контентные сайты и представительские страницы о себе. Утверждается понимание, что интернет – это среда для ведения бизнес-коммуникации, имеющая свою специфику, а именно то, что она связана с получением выгоды. В Интернете ищут партнеров или клиентов, создают решения поддержки собственного бизнеса, автоматизируют операции с партнерами и дилерами, создают и развивают розничные интернет-магазины.

На сегодняшний день в российской среде электронной бизнес-коммуникации, как и во всем мире, в основном развивается сегмент b2b-коммуникации, то есть бизнес-коммуникации, характеризующейся по типу взаимодействующих сторон, коими выступают юридические лица.

Цель такой бизнес-коммуникации остается традиционной – получение выгоды. Участники b2b коммуникации ставят перед собой особые задачи, основные из которых следующие: расширение сфер своей деятельности; увеличение объёма продаж; нахождение новых бизнес-партнёров (в том числе и за рубежом); проведение сделок посредством интернета; быстрый поиск покупателей, поставщиков товаров и услуг; снижение всевозможных затрат и расходов; расширение географии бизнеса вплоть до масштабов всего мира.

На практике b2b-коммуникация реализуется посредством b2b-порталов, которые представляют собой интернет-ресурс, платформу, созданную для обслуживания бизнес-коммуникации и проведения бизнес сделок в рамках сети интернет. Данные порталы действуют в качестве платформы для продавцов/покупателей, на которой можно разместить свой товар или услугу и привлечь потенциального клиента. Структура b2b-порталов может быть весьма разнообразной, но в основном она содержит следующие элементы: торговая площадка, электронный каталог, директория компаний, торгово-закупочная цепочка, доска объявлений.

С помощью b2b-систем повышается эффективность работы компаний за счёт снижения затрат на подготовку торговых процедур и расширения географии бизнеса до масштаба всего мира. Основными преимуществами использования b2b-порталов являются: снижение стоимости привлечения новых клиентов, повышение качества обслуживания клиентов, эффективный способ распространения информации, управление бизнес-процессами.

Развитие business-to-business сектора происходит очень бурно, все больше людей ищут нужный товар или услугу через интернет. Учитывая все возможности и преимущества b2b-порталов, можно говорить о том, что за ними стоит интернет-будущее бизнес-коммуникации.

*А.В. Кислова*

## **ФЕНОМЕН ПОЯВЛЕНИЯ ЗАВИСИМОСТИ ОТ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

Волна популярности социальных сетей захлестывает Россию. Число пользователей с каждым днем увеличивается на сотни и тысячи человек и практически каждый третий сегодня имеет профиль в какой-нибудь социальной сети. Судя по количеству пользователей и по времени, затрачиваемому пользователями на социальные сети, на данный момент с определенной уверенностью можно говорить о появлении зависимости от них.

Многие врачи соглашаются с существующей проблемой и говорят о последствиях чрезмерного увлечения социальными сетями. Экспертное исследование, проведенное автором работы, показывает весь спектр проблем, связанных со здоровьем, возникающих на почве зависимости от компьютера, Интернета и социальных сетей. В исследовании были задействованы специалисты-медики: врач-хирург высшей категории Д.В. Грачев, практикующий врач-офтальмолог А.Г. Павлова и врач-психиатр А.В. Горбова.

Эксперт-хирург на вопрос о реальном вреде «общения» с компьютерами отметил возможность развития четырех вредных синдромов – позвоночного, грудного, венозного, карпального туннельного. Развитие этих синдромов чревато возникновением сколиоза, сжатия грудной клетки, застоя крови и защемлением мышц правой руки. Эксперт-офтальмолог указывает, что компьютерный век подарил человечеству новую болезнь – так называемый «синдром компьютерного зрения», проявляющийся во временной близорукости, нарушении работы глазных мышц, снижении чувствительности зрения, жжения в глазах. Эксперт-психиатр отмечает психологические причины появления зависимости от социальных сетей. Человек, в жизни почти ничем не выделяющийся, цепляется за любую возможность обрести себя сильного, известного и уверенного в себе посредством создания определенного образа в виртуальном мире. Современный человек не мыслит своей жизни без участия коммуникаций (наверное, поэтому он и становится зависимым от них). Единственный способ уйти от этой зависимости – переключиться на занятия иного рода, не связанные с вовлечением в виртуальные процессы.

Нам кажется, что самой развитой и самой опасной является социальная сеть Вконтакте. Если Одноклассники (основного конкурента Вконтакте), Live Journal, Twitter предпочитают

использовать представители старшего поколения, то Вконтакте – явно молодежная социальная сеть, возраст пользователей которой разнится от 9 до 30 лет. Склонность к подражанию и возможность появления зависимости особенно высока у представителей молодежи, поэтому Вконтакте можно занести в список потенциально опасных социальных сетей не только по количеству пользователей (65 млн), но и по составу аудитории пользователей.

Доказать реальное отношение людей к социальным сетям возможно только эмпирическим опытом. Целью анкетирования, проведенного автором статьи, стало доказательство существования зависимости пользователей социальной сети Вконтакте. В анкетировании приняли участие 198 респондентов – студентов НГТУ, возрастом от 17 до 24 лет.

Исследование показало, что 89 % пользователей Вконтакте зарегистрированы там более 1,5 лет и с определенной периодичностью пользуются данной социальной сетью. Опираясь на факт длительности использования, и основываясь на утверждении профессора Питсбургского университета - Кимберли Янг, изучавшей феномен Интернет-зависимости, о том, что появление привычки в пользовании «всемирной паутины» приходит по истечению полутора лет, можно уже утверждать о появлении некоторой зависимости.

Около 98 % опрошенных являются активными пользователями социальных сетей и 99 % из них называют Вконтакте как наиболее часто используемой, 43 % опрошенных проводят Вконтакте от одного до четырех часов в день, 3 % – более четырех часов и 54 % – от нескольких минут до часа.

В любом исследовании существует шкала лжи и данное исследование не стало исключением. Отвечая на вопрос о времени, проводимом в социальных сетях, большинство респондентов назвало промежуток времени от нескольких минут до часа, при этом утверждало, что за данный временной интервал успевают сделать достаточно много дел: прокомментировать фотографии, просмотреть заметки, поиграть в приложения, ответить на личные сообщения. Простая арифметика способна доказать низкую возможность совместимости данных показателей. Следовательно, это просто ложь, которую можно объяснить 2 способами. Либо пользователь преднамеренно обманывает, как это делают и другие зависимые люди (алкоголики, наркоманы, курящие). Либо пользователь просто теряет ощущение времени, что также может служить показателем зависимости. Таким образом, гипотеза о существовании зависимости от социальных сетей подтверждается.

Экспертный опрос и анкетирование вместе дают не слишком оптимистичные результаты. Факт существования зависимости от социальных сетей заставляет задуматься как о дальнейшем развитии данной проблемы так и о поисках путей ее разрешения. В современном обществе информации, средства PR, имеющие возможность воздействовать на глубинные первопричины явлений, более всего могут помочь в разрешении данной проблемы.

*А.С. Лакеева, Е.Д. Шетулова*

## **СПЕЦИФИКА «ЖИЗНИ» НА ИНТЕРНЕТ-ФОРУМЕ NN.RU**

Главной и отличительной чертой современного общества можно считать тот факт, что оно динамично развивается, задавая темп жизни каждому из его членов. Прогресс в области информационных технологий способствует постоянному усилению зависимости людей от компьютеров – на работе, дома, в магазинах мы не представляем себе жизни без них [1]. Другой немаловажной особенностью современного общества можно назвать то, на сколько необходим постоянный доступ к свежей актуальной информации, при этом самый быстрый и надёжный способ получить её – воспользоваться сетью Интернет. В связи с нехваткой свободного времени, современный человек ищет иные пути удовлетворения потребности в общении, противопоставляя их личному общению «тет-а-тет». Один из самых известных – общение на интернет-форумах. Так что же за явление «форум» и в чём его особенность?

Тот, кто хотя бы раз попробовал набрать сообщение на форуме, которое в итоге прокомментировал кто-нибудь ещё, обязательно скажет, что «Форум – это жизнь!». И окажется

абсолютно прав, прежде всего потому, что здесь всё устроено также, как в обычной жизни. В чём же сходство? Прежде всего, в том, что, как и в реальной жизни, на форуме есть своя чёткая иерархия – администрация сайта, модераторы, привилегированные пользователи, обычные юзеры и их боты (сокращений от слова "робот") [2]. Если проводить аналогии, будет видно, что реальное общество устроено по тому же принципу – политическая элита, правоохранительные органы, рядовые граждане. Форум – это место, где люди избавляются от тяготящих комплексов, становясь как бы невидимыми тем, с кем они общаются, прячась при этом за придуманный образ «портрета». Но опыт показывает, что на это обращается меньшее внимание, чем на качество написания постов и тем, активность, проявляемая на форуме. Возраст при этом не имеет решающего значения, тем более что его можно не указывать или задать абсолютно любым, в зависимости от конкретной ситуации. Таким образом, решается извечная проблема реальной жизни – проблема «отцов и детей». Форум способен поднять самооценку, но положительный эффект от этого появится только тогда, когда человек, выйдя из «сети», вспомнит, каким он может быть и научится пользоваться этим в реальной жизни.

Информации на форуме в большей степени, чем в других источниках присущ излишний субъективизм. Но именно в этом заключается её ценность. Не стоит забывать, что ни один человек не пойдёт на форум, чтобы узнать, например, подробное описание теории относительности Эйнштейна. Сюда приходит с простыми вопросами из повседневной жизни, и в отличие от реального общения, где какой-либо вопрос можно задать строго ограниченному числу людей, на форуме число ответов будет зависеть лишь от количества людей, находящихся он-лайн. Чтобы сделать поиск информации более оперативным, создаются форумы по интересам, специальные и профессиональные форумы – автофорумы, бизнес-форумы, технофорумы, форумы родителей и др. Особый интерес представляет появление форумов домов и жилых микрорайонов, то есть территориально объединяющего фактора.

Немаловажный вопрос заключается в том, а каким же образом люди попадают на форумы. Чаще всего это происходит случайно, нежели целенаправленно. Привлечь может большая посещаемость, количество постов и топов (то есть тем), демократичность, присущая конкретному общению, простота пользования интернет-ресурсом. Многие, получив однажды ответ на свой вопрос, приходят вновь, общаясь на одном форуме по многу лет. Но никто бы не захотел оставаться так надолго, если бы не имел возможности развиваться. Для этого вводится рейтинговая система, которая позволяет выделить участника среди всех остальных.

В последние годы наблюдается особенно активное распространение форумов в российской глобальной сети, и одной из главных причин этого является умелая политика со стороны интернет-провайдеров, начавших предоставлять более качественные и дешевые услуги. А в сочетании с актуальностью и информативностью форумов можно предположить, что в будущем они станут привлекать ещё больше участников, а значит, интернет-общение будет развиваться.

#### ***Библиографический список***

1. Иванов, Д.В. Общество как виртуальная реальность // Информационное общество: Сб. – М.: Изд. АСТ, 2004. – С. 355-428.
2. Войскунский, А.Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. 2001. № 11. С. 63-80.

***И.В. Леснов, Т.Л. Михайлова***

#### **ПРОБЛЕМА НАБЛЮДАТЕЛЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ СЕТИ ИНТЕРНЕТ: СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД**

Интернет – область изучения специалистов из разных областей знаний: программистов, системщиков, психологов, математиков, лингвистов, филологов, философов. Понимание функционирования глобальной компьютерной сети является полем междисциплинарного исследования, актуализирующего проблему наблюдателя, вбирающего языки описания, модели,

теории путем использования приемов синергетики. У пользователя есть возможность посещать разные web-ресурсы, читать новости, узнавать последнюю информацию или же быть создателем этих самых web-ресурсов. Однако увидеть Интернет «вообще» невозможно, так как в этом качестве Интернет – вещь эмпирически ненаблюдаемая, ибо пользователь всегда включен в Интернет, то есть он всегда «внутри» сети; сеть всегда его среда. Главная цель – проблема наблюдателя.

Для осмысления этой проблемы предлагается методология (условно названная АДТ-методология), включающая теоретические принципы двух подходов – синергетики и квантовой механики [1]. Эта методология есть общий, принципиально незавершенный подход, метатеория, позволяющая достраивать конкретные теории с тем, чтобы говорить о содержательных моделях, математическом аппарате, критериях рациональности, способах верификации данных. С точки зрения АДТ-методологии, Интернет – это сложная, самоорганизующаяся самореферентная коммуникативная система, обладающая эмерджентными (внезапно появляющимися, неожиданными) свойствами, для описания которой необходимо учитывать принципы квантовой механики наблюдаемости и дополнительности, а также синергетические принципы – подчинения и круговой причинности. Это высказывание не предполагает строгих правил изложения, ибо такое изложение противоречило бы сути рассматриваемого вопроса и поставило под сомнение возможность такого познания, понимаемого как коллективный intersubъективный процесс коммуникативной самоорганизации. Самое интересное приложение синергетики, с точки зрения настоящей концепции, реализуется в настоящее время в науках о головном мозге и комплексе наук, называемых когнитивными [2]. Это теория распознавания образов, обучения коммуникации и параллельных самоорганизующихся вычислений. Такой контекст адекватен для дальнейшего рассмотрения проблем самоорганизации глобальной компьютерной сети. С этой точки зрения центральной проблема познания Internet – проблема познания форм диалога и коммуникации. В качестве еще одной теоретической фиксации отметим, что в сложноорганизованных системах (интуитивно представляемых состоящими из большого числа элементов, их связей, открытых, меняющихся) процессы коммуникации принципиально отличны от процессов в системах с малым количеством элементов [3]. Поэтому требуется иной понятийный и методологический аппарат.

Понятий информация, ее обмен и хранение недостаточно для объяснения процессов, происходящих в сложной системе. Можно провести параллель с океаном. Как сеть ошибочно рассматривается в качестве инструмента хранения и обработки информации, так и океан «необходим» тогда для хранения, накопления и обработки воды, что неверно. «Океан» Интернет ничему не служит, существуя «сам по себе», со своими бурями, течениями, штилями.

Центральное понятие, с помощью которого возможно объяснение процессов в сети – понятие самоорганизации коммуникативного процесса, а именно: самоорганизации как «тонкой», сложноорганизованной структуры согласованности коммуникаций, когерентного взаимодействия, не являющегося следствием какого-то смыслового, целеполагающего управленческого воздействия.

Чтобы проинтерпретировать, объяснить процессы роста и самоорганизации сети Интернет, надо знать «куда смотреть», осмыслить то, что мы можем. Исходя из этого, Internet порождает проблему наблюдаемости коммуникативных структур. Поскольку описывающий инструмент включён в описываемое, возникает проблема разрешения парадокса самоописания: любое самописание всегда будет неполным. Возможным решением проблемы является разделение уровней, для чего выделим предметный уровень (уровень Интернет в целом) и мета-уровень (уровень субъекта, описывающего Интернет) [4]. Однако такой подход не удовлетворителен, поскольку невозможно показать оба уровня одновременно. Как и во всякой социальной системе, макро-уровень Интернет (в силу принципиальной невозможности выхода наблюдателя за его пределы) операционально ненаблюдаем и уникален – неповторим. Исходя из этого, можно сказать, что для построения методологии описания сети необходимо заострить проблему наблюдателя – проблему самоописания, описания, погруженного в описание, подающего в совершенно другом виде проблемы, связанные с междисциплинарностью



описания сети. Классическая субъект-объектная схема в виде «субъект измерения (исследователь) – прибор» – уже не работает, хотя бы в силу того, что вряд ли можно что-то сказать о макроуровне организации сети без предваряющего его теоретического уровня. Следовательно, здесь нужна работа с обеих сторон. Во-первых, нужно «найти место» наблюдателя в сети, учитывая при этом, методологический опыт квантовой механики с ее принципами соответствия, наблюдаемости и дополнительности. Во-вторых, осознать опыт междисциплинарности, в которой находится субъект познания, с тем, чтобы соответствующим образом интерпретировать этот опыт, как опыт интересубъективной коммуникации. В этой связи представляет большой интерес предложенная в свое время Д. Бомом модель науки как растущей сети перцептивно-лингвистических коммуникаций. Эта модель, будучи итогом размышлений Д. Бома над проблемами квантовой механики, соответствует образу мира в его синергетическом междисциплинарном представлении, спроецированном на самоорганизацию сети Интернет [5]. Одно из определений сети Интернет в рамках АДТ-методологии может быть дано через постулирование глобальной компьютерной сети как синергетической связи коммуникаций, сопряженной с актами познания и создания механизмов когерентности личности смыслообразующих систем. Что касается принципа дополнительности в выработке методологии описания глобальной компьютерной сети, то здесь наиболее отчетливо прорисовывается та его сторона, которая в свое время подчеркивалась Н. Бором, настаивавшем на обобщенной трактовке принципа дополнительности как инструмента кросскультурного диалога. Поскольку Интернет – сложная, самоорганизующаяся самореферентная система, поэтому классическая интерпретация системного подхода не достаточна. Парадокс самоописания актуализирует проблему наблюдателя, что отсылает к теоретическим принципам квантовой механики – принципами соответствия, наблюдаемости и дополнительности. Осознать опыт междисциплинарности, помогает синергетика, взятая в единстве с теорией самореферентных систем Н. Лумана.

#### *Библиографический список*

1. Аршинов, В.И., Данилов, Ю.А., Тарасенко, В.В. Методология сетевого мышления: феномен самоорганизации // Онтология и эпистемология синергетики. – М.: Институт философии РАН, 1997. С. 101-118
2. Аршинов, В.И. Синергетика как феномен постнеоклассической науки / В.И. Аршинов. – М.: ИФРАН, 1999. – 321 с.
3. Морен, Э. Метод. Природа Природы / Э. Морен. – М.: Прогресс-Традиция, 2005. – 464 с.
4. Луман, Н. Что такое коммуникация? // Социологический журнал. – 1995. № 3. – С. 114-125.
5. Бом, Д. Квантовая теория / Д.Бом. – М.: Наука, 1965. – 727 с.

*А.В. Малютин*

#### **ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ И НАДЕЖНОСТИ В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ ЧЕЛОВЕКА И ЯДЕРНОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ УСТАНОВКИ (на примере водоочистки первого контура атомного реактора АЭС)**

При использовании современных технологий в отраслях энергетики особую роль играет процесс коммуникации человека и технического устройства. Если таким устройством является ядерная энергетическая установка, то встает проблема поддержания параметров безопасности и технологической надежности в процессе ее эксплуатации. Так, оптимизация водного режима технических устройств АЭС должна проводиться, исходя из задач повышения их безопасности, надежности, готовности и увеличения длительности их межперегрузочного и межремонтного циклов. Поддержание водно-химического режима с использованием средств автоматического

химического контроля рассматривается как одна из обязательных условий надежной и безопасной эксплуатации первого контура.

Процесс такого контроля осуществляется на основе электронных средств коммуникации оператора и атомного реактора. Информация, полученная с приборов химконтроля и представляющая особый интерес с точки зрения обеспечения оптимальных условий работы энергоблока, подается на информационно-вычислительную машину, а далее с помощью дисплея выводится к оператору центрального щита управления блоком.

С самого начала развития атомной энергетики достаточно большое внимание уделялось (независимо от типа АЭС) водному режиму первых контуров, для которых характерна работа не только реактора, но и всего остального тепломеханического оборудования в радиационно-активных условиях. Эти условия вне активной зоны в основном определяются концентрацией примесей в воде и водяном паре, которые, проходя через активную зону реактора, активируются и далее переносят активность по всему остальному контуру. Эти примеси могут: а) попадать в контур извне, с добавочной водой, с присосами охлаждающей воды через неплотности трубок конденсатора; б) образовываться в самом контуре при неизбежных процессах коррозии конструкционных материалов; в) образовываться в активной зоне реактора в результате различных радиационно-химических процессов и, наконец, г) проникать в активную зону реактора через неплотности оболочек твэлов (продукты деления ядерного топлива).

Такие примеси - загрязнения водного теплоносителя и рабочего тела - в соответствии с их физико-химической природой, параметрами теплоносителя, конструктивными особенностями и режимом работы технологического оборудования переносятся по контуру. Отложения загрязнений на отдельных элементах оборудования, снижают их надежность и экономичность, повышают радиационную активность оборудования, следовательно, определяют меньшую его доступность при эксплуатации и ремонте. Особенно опасны отложения на твэлах реактора, которые в отличие от отложений вне активной зоны, вызывающих лишь снижение экономичности (снижение, например, коэффициента теплопередачи, температуры теплоносителя и, следовательно, паропроизводительности и мощности установки), могут привести к термическому разрушению твэла и в конечном счете - к аварийной ситуации. Температура оболочки твэла всегда выше температуры теплоносителя при высоких локальных неравномерных тепловых нагрузках. Поэтому отложения в реакторе могут привести к пережогу оболочки твэла, значительной активации теплоносителя вследствие повышенного перехода в него продуктов деления ядерного топлива и иногда к останову реактора.

Требования, предъявляемые к чистоте теплоносителя (а на одноконтурных АЭС также и к рабочему телу), весьма высокие. Высокое качество теплоносителя может быть обеспечено лишь в том случае, если примеси будут систематически удаляться из контура как путем очистки части реакторной воды (« продувки »), так и путем очистки всего потока турбинного конденсата на одноконтурных, быть может, и двухконтурных АЭС. Поддержание концентраций всех примесей на максимально допустимом уровне наиболее надежными, экономичными и эффективными технологическими методами - первая основная задача рациональной организации водного режима АЭС.

Вторая важнейшая задача правильной организации водного режима - ограничение скорости коррозии всех конструкционных материалов контура созданием оптимальных условий взаимодействия между средой и металлом. Допустимая при этом скорость равномерной коррозии ограничивается не столько сроком работоспособности оборудования, сколько допустимой интенсивностью загрязнения среды продуктами коррозии. Для очистки теплоносителя первого контура получили распространения ряд методов, такие как фильтрация, выпаривание и ионный обмен применительно к извлечению радиоактивных примесей. Дистилляция – один из наиболее эффективных методов обработки радиоактивных вод, дающий наибольший коэффициент очистки и не требующий затраты реагентов. ЖРО при обработке воды с использованием дистилляции имеет минимальный объем по сравнению с другими методами, что делает ее выгодной для окончательной обработки жидких отходов перед

захоронением. В тоже время дистилляция не является полностью универсальным методом очистки радиоактивных вод, так как содержащиеся в воде радионуклиды йода и рутения в процессе выпаривания улетучиваются вместе с паром. Дистилляция радиоактивных вод, содержащие поверхностно-активные вещества, также связаны с серьезными трудностями вследствие вспенивания концентрата и попадания высокоактивной пыли в дистиллят. К недостаткам метода следует отнести сложность и высокую стоимость оборудования.

Наиболее распространенным методом является ионный обмен на органических смолах. Обработка воды методом ионного обмена заключается в ее пропуске через слои ионитов, загруженных в насыпной фильтр или намытых тонким слоем в намывных фильтрах. Удаление из воды радионуклидов с помощью ионного обмена основано на том, что многие из них находятся в воде в ионном состоянии или в воде коллоидов, которые при соприкосновении с ионитом разрушаются и сорбируются фильтрующим материалом. Но органические иониты подвержены термическому и радиоактивному разрушению, что отражается на их надежности и сроке службы. К недостаткам ионного обмена следует отнести высокую стоимость ионитов, большой расход реагентов для регенерации и образование большого количества жидких радиоактивных отходов (ЖРО).

Система очистки радиоактивных жидких отходов на АЭС – это сложная цепь специальных агрегатов, реализующие различные методы очистки, так что в целом технология очистки включает в себя несколько последовательных операций. На выходе такой цепочки операций получают два продукта: высокоактивный концентрат – идет на отверждение и захоронение, конденсат – он удовлетворяет всем качествам воды для повторного использования или для сброса в открытые водоемы. Система переработки (очистки) жидких радиоактивных отходов, конечно, не обладает 100%-ой эффективностью. Но эта доля такова, что она заметно ниже ДК, так что если иметь в виду жидкие радиоактивные отходы, то АЭС по отношению к окружающей среде можно считать практически безотходным производством. Достаточно полное и своевременное получение надежной информации о состоянии водно-химического режима энергоблока является, прежде всего необходимым для возможного обратного воздействия на этот режим в случае обнаружения отклонения контролируемых показателей от установленных существующими нормами качества воды. К числу средств получения такой информации относятся в первую очередь высокоточные и объективные методы современного автоматического химического контроля водно-химического режима. Они обеспечивают своевременную диагностику потенциальных проблем очистки первого контура и доведение информации до оператора. Надежность такой коммуникации обеспечивает безопасность в работе ядерных энергетических устройств.

*С.Н. Павнык*

## **ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ВИРТУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ В РОССИИ**

Если еще полтора десятилетия назад словосочетание спортивный туризм означало лишь вид спорта, означающий соревнования по преодолению препятствий на маршрутах природной среды, то сейчас оно употребляется все чаще с другим значением. Посещение спортивных мероприятий в других городах России, а также за рубежом набирает все большую популярность среди населения. Только развитие коммуникаций и экономики сделало этот вид туризма таким распространенным. Едва ли в 90-е годы с их реформами и потрясениями много людей задумывалось о поездках на спортивные мероприятия. Тогда это было доступно лишь немногим, не говоря уж о советском времени с его закрытыми границами и совершенно другими ценностями.

В новом веке ситуация достаточно быстро поменялась в положительную сторону. Уровень жизни повысился, люди стали более экономически свободными. Другим немаловажным фактором популяризации спортивного туризма стало развитие спорта в нашей стране. До середины прошлого десятилетия мы довольствовались наследием успехов советского

спорта, но на рубеже веков утратили эти завоевания. Потом ситуация стала улучшаться. Эти успехи добавили спортивному туризму еще поклонников. К сожалению, две последние Олимпиады поставили много вопросов относительно дальнейшего развития спорта в нашей стране.

Третьей причиной прогресса туризма в области спорта является развитие коммуникаций. Любой болельщик может через интернет забронировать себе билет на желаемое спортивное мероприятие, выбрать подходящий вид транспорта до места его проведения, забронировать гостиницу, если это необходимо. Сейчас это можно сделать, не выходя из дома или офиса.

Хотелось бы отдельно остановиться на теме развития виртуальных коммуникаций в области спортивного туризма. С одной стороны сейчас все стало максимально просто и доступно посредством сети интернет. Но при этом тот же фактор зачастую играет и отрицательную роль – вместо поездки на соревнование человек выбирает просмотр этого события либо по телевизору, либо посредством интернет-трансляции.

Болельщики как и большинство людей в новом веке «ушли в интернет». На его бескрайних просторах стали появляться фан-клубы, форумы единомышленников, где можно узнать различную информацию по поездке, найти себе попутчиков, обсудить уже совершенные выезды. «Забив» в любую поисковую системы запросы такого типа, как посещение Лиги Чемпионов по футболу или посещение Гран-при Формулы-1, можно обнаружить большое число фирм, готовых за различную сумму предоставить вам такие услуги. Это безусловное свидетельство развития данной отрасли в сфере услуг. При этом подавляющее большинство из них сосредотачивает свое внимание именно на интернет-аудитории, размещая свои предложения именно на фан-сайтах и других спортивных ресурсах.

Рассматривая спортивный туризм как явление, не стоит ограничиваться лишь его спортивной составляющей. Люди, посещая другие города, как правило, не ограничиваются лишь походом на само мероприятие, послужившее поводом поездки. Они стараются выделить еще время на обзорную экскурсию по городу, пообщаться с местными болельщиками, узнать о местных традициях в спорте. Для многих этот вид туризма почти ничем не отделяется от обычного туризма, а посещение соревнований лишь одна из частей программы путешествия. Кроме того нельзя не отметить и важный социальный аспект спортивного туризма. Люди ассоциируют себя непосредственно со своей командой, своим городом и своей страной, выезжая за ее пределы. Понимая это, человек старается достойно представить себя и свою Родину перед другими людьми. Это ведет к укреплению патриотических настроений в обществе и к улучшению имиджа нашей страны в глазах иностранцев. Однако необходима и дальнейшая работа с болельщиками в данном направлении. Хочется сказать и о влиянии развития спортивного туризма на успехи российских спортсменов. Так как поддержка наших соотечественников на зарубежных аренах оказывает положительное влияние на самих спортсменов, помогая им показывать более высокие результаты.

Однако нужно сказать, что спортивный туризм сопровождается и ряд проблем, над решением которых еще предстоит подумать. Во-первых, недостатком такого вида туризма является неизбежное противостояние самих болельщиков. Редко когда у болельщиков двух противоборствующих команд фанаты являются друзьями, чаще встречаются случаи их конфронтации. Здесь я бы также отметил негативное влияние виртуальных коммуникаций. Интернет дает человеку свободу, при этом снимая ответственность за сказанное. Именно между болельщиками возникает большинство так называемых интернет-войн, которые затем перерастают в реальные противостояния. Решением этих проблем должен быть постоянный контроль за подобными ресурсами в целях недопущения роста вражды между группами болельщиков.

Во-вторых, развитие такого вида туризма не может продолжаться бесконечно, так как количество мест на спортивных сооружениях ограничено. Уже сейчас встает во многих случаях необходимо намного заранее бронировать места на стадионе и в поезде или самолете, чтобы гарантировано попасть на выездной матч любимой команды. Особенно это касается таких аншлаговых мероприятий как Олимпиада, чемпионаты Европы и мира и т.д. В последнее время

все чаще встречается проведение независимых лотерей среди поданных через интернет заявок от болельщиков.

В заключение хотелось бы отметить, что спортивный туризм уже стал неотъемлемой частью нашей жизни и что именно такое развитие коммуникаций, в частности сети интернет, сделало его настолько популярным сегодня. И сегодня нельзя рассматривать его в отрыве от виртуальных коммуникаций, они служат его основой, и без них он вряд ли просуществует в течение долгого времени. Как у любого явления у него есть отрицательные стороны и проблемы, но положительных сторон у спортивного туризма. Мы уверены, что его поступательное развитие продолжится.

*С.В. Пенелеева*

## **ВИРТУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ЭПОХУ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

Вся история человечества – это смена ведущих средств коммуникации и, соответственно, изменения типа восприятия, которое получает преимущественное развитие. Изменение ведущего способа коммуникации влияет на психический облик личности и вносит существенные изменения в структуру общества. Модель коммуникации определяет не только сенсорную, но и социальную организацию. Человек в современном мире невольно раздваивается на две самостоятельные независимые друг от друга субстанции: реальную и виртуальную. Бытие человека вследствие этого становится неполным, подчиняется сиюминутным веяниям, доносимым до человека средствами массовой коммуникации.

Информационное общество, в котором мы сейчас живем, характеризуется, в первую очередь, высокой скоростью коммуникационных процессов. Это объясняется развитием наукоемких, высокотехнологичных средств – микропроцессорных технологий и сети Интернет. Сеть Интернет все чаще зовется «виртуальным пространством», «виртуальной реальностью». С помощью этих понятий в настоящее время обозначаются многие новые экономические, политические, культурные феномены, не связанные непосредственно с компьютеризацией, но обнаруживающие сходство логики человеческой деятельности с логикой виртуальной реальности. Сущностный принцип этой логики - замещение реальных вещей и поступков образами, симуляциями.

Центральным понятием при рассмотрении феномена информационного общества является понятие информации. Нельзя отождествлять информацию со знанием. Конечно, информация сегодня играет колоссальную роль, но это не значит, что в современном обществе знание – сила. «Тиражирование (не путать с созданием) интеллектуального продукта, передача сведений о нем посредством печатных изданий, телеграфа, радио, телевидения, лекций и семинаров в рамках системы всеобщего образования, а теперь еще и сети Интернет - вот что коренным образом отличает современное общество как информационное. И за словом «информация» кроется именно коммуникация, а не знание» [1]. Если говорить об информации как о коммуникации, то становится понятным, почему главную роль в компьютерной революции сыграл именно Интернет, а не искусственный интеллект или гигантские электронные банки данных. Ведь Всемирная паутина дает огромные возможности для осуществления коммуникаций, а не создает какое-то знание.

Виртуальная реальность семимильными шагами входит в нашу обыденную жизнь, в нашу реальную реальность. Человеку предыдущих эпох приходилось жить в социальной реальности, воспринимая ее как естественную данность. Человек информационной эпохи имеет возможность уходить от этой социальной реальности в виртуальную. Имеет возможность увлеченно там «жить», управлять этой «жизнью» и выходить из нее, когда посчитает нужным. Все более близкой становится замена непосредственных отношений между людьми виртуализацией общества, опосредованным общением посредством сети Интернет. «По мнению психологов, работа в Интернете - это антисоциальная деятельность. Появилась возможность

учиться, делать покупки, пользоваться банком, посещать психотерапевта, не выходя из дома. Утрачена возможность обмена опытом и впечатлениями, человеческая близость, чувство плеча. В этом смысле показателен комикс в американской газете: друзья зовут мальчика, сидящего за компьютером, играть; он отвечает им: «Уходите, не мешайте мне общаться!» [2].

В процессе виртуальной коммуникации происходит псевдоидентичность: выступает не реальная личность, а та, которой участник общения хочет себя представить. Общение на просторах Интернета отличное от непосредственного общения между людьми. Оно торопливое, предельно упрощенное, напоминает телеграмму. Свидетельством этого упрощения является и лексика – разговорно-обиходная. На виртуальную коммуникацию не влияют ни статус, ни возраст индивидов. В процессе общения все равны. Все эти факторы, несомненно, оказывают влияние на общение между людьми в повседневной жизни. Возникает неумение различать жанровую и стилистическую уместность языковых средств. Из-за заниженных требований к этикету страдает уровень вежливости и уважения к собеседнику. Страдает речь, ухудшаются знания родного языка из-за возможности автоматической проверки орфографии и грамматики. Но вместе с тем, виртуальные коммуникации заставляют язык все быстрее развиваться, заставляют его подстраиваться под современные реалии жизни.

Еще один немаловажный аспект, связанный с виртуальной коммуникацией, – это виртуальная межкультурная коммуникация. Интернет позволяет, не выходя из дома, общаться с людьми разных стран, континентов. Достаточно иметь мышь и клавиатуру или web-камеру, позволяющую общаться в режиме реального времени с собеседником, находящимся в любой точке земного шара. Таким образом, Интернет позволяет представителям разных культур контактировать друг с другом.

#### ***Библиографический список***

1. Иванов, Д.В. Виртуализация общества / Д.В. Иванов. - СПб.: "Петербургское Востоковедение", 2000. – С. 10.
2. Леонтович, О.А. Проблемы виртуального общения // Полемика № 7, International Research and Exchanges Board, М., 2001 // <http://www.irex.ru/press/pub/polemika/07/leo>.

***Р.И. Романов***

#### **РЕАЛЬНОЕ И ВИРТУАЛЬНОЕ В СРЕДЕ ON-LINE КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР**

Активные исследования виртуальной коммуникации ведутся сравнительно недавно – с начала 90-х годов, вместе с тем, с каждым годом эти исследования становятся все интенсивнее. Современные, телекоммуникационные технологии и, в первую очередь, – глобальная компьютерная сеть Интернет, являются одним из наиболее важных факторов в развитии мирового сообщества, оказывающим решающее воздействие на общественную, политическую, экономическую и социокультурную сферы. Поэтому необходимость в комплексном философском осмыслении последствий глобальной компьютеризации и информатизации современного общества, позволяющем синтезировать разрозненные данные прикладных наук, очевидна. Поскольку виртуальная коммуникация – это сравнительно новое культурное явление, понятная, отчетливая и эффективная система моральной регуляции в этой сфере еще не сложилась. Виртуальная коммуникация предоставляет человеку невиданные ранее возможности в плане реализации личной свободы, бросая вызов его моральной природе, что порождает немало этических проблем как общетеоретического, так и прикладного характера нарушением общепризнанных норм авторского права и многими другими аспектами.

Повсеместное и не всегда корректное употребление понятия «виртуальный» привело к тому, что оно стало ассоциироваться исключительно с иллюзорностью реальности, создаваемой при помощи компьютерных технологий. (Метафорическим синонимом виртуальной реальности, порождаемой компьютером, выступает также введенный писателем У. Гибсоном термин

«киберпространство» - cyber space). Однако в более широком смысле «виртуальной реальностью» можно назвать, например, реальность сновидений, галлюцинаций и других измененных состояний сознания – т.е. любых состояний, при которых границы повседневности размываются. Но поскольку в данной работе речь идет о виртуальной коммуникации, мы всё же будем употреблять слово «виртуальный» в узком смысле – применительно к коммуникации, опосредованной компьютером: виртуальность транса или, например, медитации коммуникации не предполагает. В отличие от большинства традиционных форм коммуникации, виртуальная коммуникация характеризуется дистантностью и высокой степенью проницаемости: ее участником может оказаться человек, находящийся в любой из частей света. Таким образом, виртуальная коммуникация носит глобальный межкультурный характер что приводит, по выражению А.И. Каптерева, к своеобразному «культурному серфингу» и, соответственно, – к столкновению в процессе коммуникации ценностно-нормативных ориентиров различных культур [1]. Результатом этого столкновения становится выработка единых и универсальных способов и стилей взаимодействия, что, впрочем, неизбежно сопровождается утерей связей с культурой традиционной. Благодаря присущему сети Интернет многообразию функциональных возможностей, виртуальную коммуникацию отличает разнообразие способов и форм взаимодействия. Исследователи виртуальной коммуникации обычно подразделяют эти способы по степени их интерактивности (on-line и off-line), направленности коммуникации (моно-, диа- и полилогичные), а также по степени открытости (публичные и приватные). Вследствие опосредованности компьютером, большинству форм виртуальной коммуникации присуща такая характеристика, как анонимность (понимаемая как анонимность диалога, в котором партнеры не представлены друг другу), что в сочетании с возможностью в любой момент уйти от контакта приводит к снижению психологического риска в процессе общения. В результате в процессе виртуальной коммуникации становится возможным высказывание самых потаенных взглядов, выражение подавленных сторон личности, удовлетворение запретных желаний и побуждений, в том числе – агрессивных [2]. Еще одним следствием анонимности является отсутствие у коммуникантов достоверной информации друг о друге. Поэтому в процессе виртуальной коммуникации происходит непрерывное конструирование – как образа виртуального собеседника (причем зачастую путем проецирования на него собственных неосознаваемых ожиданий и опасений), так и правил взаимодействия с ним [3]. Более того, в ходе виртуальной коммуникации происходит постоянное конструирование личности самого коммуникатора. Специфика виртуального взаимодействия позволяет человеку создавать о себе какое угодно впечатление, примеряя любую маску и роль. Как пишет П. Келли, «в виртуальной среде вы вообще можете быть кем хотите, выглядеть как угодно, быть существом любого пола по выбору, словом, у вас нет ограничений, характерных для материального мира»[4]. Иными словами, особенности Интернет-коммуникации позволяют человеку экспериментировать со своей идентичностью. Поэтому многочисленные исследователи отмечают, что в виртуальных социумах взаимодействуют не реальные люди, а создаваемые ими образы, симулякры реальных личностей. Не случайно большинство участников виртуальной коммуникации пользуется псевдонимами, так называемыми «никами» (от английского «nick-name» - кличка, прозвище). Смена имени фиксирует символический отказ от реальной личности и выход из реального социума. Все вышеперечисленное в полной мере относится и к частному случаю интернет-коммуникации: он-лайн компьютерным играм. Под он-лайн компьютерными играми понимают игру, использующую постоянное соединение с интернетом. Это позволяет участвовать в игровом процессе многим людям, зачастую находящимся географически далеко друг от друга. Такие игры обладают своей спецификой. Если раньше считалось что интернет-коммуникация подразумевает собой общение в форме либо текстовых сообщений (форумы, сайты т.д.), либо голосом (например «скуру» или ip-телефония), то в он-лайн играх присутствует коммуникация как совместная деятельность игроков. Это вносит качественно новый взгляд на названную проблему.

По виду коммуникации все он-лайн игры можно разделить на:  
- однопользовательские.

- многопользовательские.

В однопользовательских играх коммуникация содержится в неявном виде т.е. в игровом процессе участвует только один игрок. Возможно потом между игроками будет обсуждение игры или сравнение результатов, но в форме обычной интернет-коммуникации. Такие игры не рассматриваются в данной работе. Во втором случае в игровом процессе могут принимать участие несколько игроков. Тут тоже существует деление игр по типам. Нас интересует только деление по продолжительности игрового процесса. Под этим подразумевается время, в течении которого игрок(или группа игроков), начав игру, не меняет своего виртуального персонажа, по которому он опознается среди других игроков. Это «короткие» и «продолжительные» игры. Следует понимать что деление это скорее условное, подходящее для данной работы и потому используемое. К коротким отнесем те, игровой процесс которых исчисляется несколькими часами или днями. К продолжительным – те что длятся месяцы или годы. Ярким примером продолжительных он-лайн игр являются MMORPG. MMORPG (англ.massively multiplayer online role-playing game) – жанр онлайн-овых компьютерных ролевых игр (ORPG), в которой большое количество игроков взаимодействуют друг с другом в виртуальном мире. Как и в большинстве RPG, игроку предлагается роль вымышленного героя, и возможность управлять его действиями. В таких играх группа игроков взаимодействуют между собой долгое время, что ослабляет влияние таких свойств интернет-коммуникации как анонимность и проницаемость (любой может играть с ними, но не всякий может стать членом этой группы). Образование группировок среди игроков, деление их по различным признакам в том числе и по наличию т.н. игровых благ (аналог материальных благ в виде денег или вещей, собственниками которых мы являемся) и другое, делает виртуальный мир аналогом реального, но с сохранением преимуществ первого (за игроками по-прежнему сохраняется возможность быть такими, какими они хотят). Особенный интерес представляют ситуации, когда игроки общаются не только в виртуальной среде, но и в реальной. В этом случае открывается возможность комплексного изучения реально-виртуальных коммуникаций этих людей. В конечном счете для философии объектом изучения является сам человек, а такой комплексный метод изучения позволяет посмотреть увидеть в человеке не только то, что он есть в реальном мире, но и то, кем он хотел бы стать (и возможно стал, сложись иначе его судьба).

#### ***Библиографический список***

1. Каптерев, А.И. Мультимедиа как социокультурный феномен / А.И. Каптерев. - М.: Изд-во ИПО Профиздат, 2002.
2. Нестеров, В.Ю. К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете, 1999 / <http://flogiston.df.ru>.
3. Белинская, Е.П., Жичкина, А.Е. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты. // Образование и информационная культура: Социологические аспекты. Труды по социологии образования. Том V. Выпуск VII. / Под ред. В.С. Собкина. - М.: Центр социологии образования РАО, 2000.
4. Kelly, P. Human Identity Parti: Who are you? - 1997. Цит. по: Белинская Е.П., Жичкина А.Е. Стратегии саморепрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью / <http://flogiston.df.ru>.

***В.А. Романова***

### **ХИКИКОМОРИ – БОЛЕЗНЬ ВЕКА ИЛИ ОБРАЗ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА БУДУЩЕГО?**

Современные средства коммуникации позволяют людям общаться на огромных расстояниях, но с другой стороны все больше отдаляют человека от социальной коммуникации. Поэтому многие, находясь в обществе («среди людей»), испытывают те или иные неудобства (дискомфорт, страх, чувство опасности, стеснение, чувство неполноценности, панику – вплоть до серьезных соматических симптомов типа сердцебиения, потоотделения, пищеварительных



расстройств, болей, даже обморока) – все это называют «социофобией», навязчивыми состояниями, расстройствами личности. Обычно с этим борются с помощью фармакологических препаратов (анксиолитиков, снимающих чувство тревоги, транквилизаторов, антидепрессантов) и психотерапии. Однако есть люди, которые борются с этим другим способом, хикикомори. *Хикикомори* (буквально нахождение в уединении, т. е. «острая социальная самоизоляция») – японский термин, обозначающий подростков и молодёжь, отказывающихся от социальной жизни и зачастую стремящихся к крайней степени изоляции и уединения вследствие разных личных и социальных факторов.

Все это не случается «в один прекрасный день»; прежде чем хикикомори «запрёт дверь своей комнаты» на годы, он постепенно проходит путь (иногда довольно долгий) все большей и большей социальной изоляции. Будущие хикикомори чувствуют себя и выглядят все более и более несчастными, испытывают все более и более трудно переносимые чувства небезопасности, неполноценности, общаются с людьми все меньше и меньше. Нередко они подвергаются унижениям в школе, испытывают давление со стороны родителей, которые требуют от них успехов, выполнения социальных требований.

Длительное отсутствие социальных контактов и одиночество, естественно, не может не сказываться на психике хикикомори. Единственной реальностью для них становится мир манга, телевидения и компьютерных игр. Хикикомори с большим интересом проходят виртуальные квесты, чем квесты настоящей жизни.

Причины явления хикикомори прежде всего социальные. В последние несколько десятков лет молодые люди становятся все более не способны выполнять требования, которые предъявляет им современное общество. Они не способны сформировать или различить свои «*татэмаэ*» («социальную роль», «маску», «фасад» – к этому у японского общества очень и очень высокие требования) и «*хоннэ*» («настоящее Я», «настоящую личность», «себя самого»). Средний класс в постиндустриальном обществе Японии достиг такого уровня жизни, что родители могут себе позволить содержать детей до вполне почтенного возраста. В бедных японских семьях хикикомори не встречаются. Наконец, последние лет десять были для Японии временем относительного экономического застоя и нестабильности на рынке труда. Поэтому молодые люди, отчаявшись найти себе работу, становились хикикомори.

В Японии в связи с распространением и популяризацией такого явления как хикикомори возникла организация под названием *Nihon Hikikomori Kyokai* («Японская организация хикикомори») – тайная организация, ставящая своей целью превращение людей в хикикомори. Основным инструментом ННК является распространение аниме, превращающего зрителей в отаку (фанаты аниме и манги). На самом деле широкая реклама такого социального явления как хикикомори может сформировать представление о хикки как о своего рода социальной норме, и способствовать превращению в хикки людей имеющих к этому предпосылки, заменяя борьбу с собой с целью подстройки под общество полной изоляцией.

И стоит ли этих людей насильственным путем возвращать в общество? Ведь если денег, которые хикикомори зарабатывают в Интернете достаточно для того, чтобы содержать себя, обязаны ли они делать что-то еще? Ведь это только их право — распоряжаться собственной жизнью.

*Д.С. Рябов, Д.В. Башкаев*

## **ВИРТУАЛЬНАЯ ЖИЗНЬ КАК ДОПОЛНЕНИЕ РЕАЛЬНОСТИ**

С развитием компьютерных технологий виртуальность принимает всё большее значение в нашей жизни и становится её неотъемлемой частью. Сначала компьютер – это волнующая новизна, непознанный мир возможностей. Позже – это необходимый инструмент для работы и один из видов досуга. Потом – это уже не просто привычка, это образ жизни. Поверхностное знакомство с компьютером постепенно перерастает в привязанность, а затем в наваждение [1]. Для старшего поколения компьютер – это машина для выполнения различных расчётов высокой

сложности на большой скорости. Они недоумевают: «Чем на нём можно заниматься так долго?». Но молодое поколение с уверенностью может сказать, что сегодняшний мир – это время компьютерных технологий. Компьютерные инновации позволили решать возникающие трудности, даже не выходя из своего дома. Вследствие этого компьютеры стали неразделимой частью существования человека, стали его спутником жизни. Разным людям компьютер может представлять различные интересы – это чья-то профессия или чьё-то хобби. Компьютер стал верным помощником по работе в режиме онлайн и оффлайн, с которым всё получается и который нас понимает. Существуют различные способы заработка в Интернете, и каждый пользователь выбирает то, что ему удобно и интересно. Через Интернет можно искать работу, выполнять её на заказ и получать зарплату. В виртуальном мире можно заработать не меньше, чем в обычной реальной жизни. Что же касается работы в режиме оффлайн, то это то, что всю офисную работу можно принести домой и выполнять ее там в уютной обстановке. В качестве объекта для проведения отдыха компьютер представляет собой комплекс мультимедийных устройств, позволяющий слушать музыку, просматривать фотографии, рисовать, смотреть фильмы, узнавать что-то интересное, следить за новостями. Современный компьютер – это отличное устройство для решения проблем и экономии времени, но с другой – много времени уходит на развлечения. Очень «подсаживает» на компьютер возможность достигать заметных результатов, затрачивая минимальные усилия. Говоря о развлечениях, невозможно не сказать об играх, которые сегодня стали чуть ли не настоящей реальностью, где можно заменить себя всемогущим, с десятками жизней персонажем игры, успешного в достижении цели, и реализовываться в иллюзорном мире.

Сегодня компьютер также выступает и как средство коммуникации: электронная почта, программы, типа ICQ, при помощи которых сообщение доходит в любую точку мира в считанные секунды, IP-телефон и видеосвязь, сайты, позволяющие оставлять свои сообщения, комментарии (форумы, блоги, доски объявлений, интернет-дневники). Значительно расширяется сфера развлечений, если ПК подключен к всемирной паутине. Он может удовлетворить самый требовательный запрос. Любая литература, научные издания, любые инструкции, схемы, описания и прочее можно легко отыскать в интернете, не говоря уже о всевозможных играх, новинках кино, которые появляются в нем порой раньше, чем в официальном кинопрокате.

Компьютер повысил уровень жизни человека, стал его незаменимым помощником. Сегодня трудно представить себе жизнь без ПК, способного выполнять огромное количество операций, безграничного раздолья Интернета, общения обо всем на свете через электронные средства и многого другого.

В результате, вместо того чтобы подчинить машину своим нуждам, человек становится ее рабом [1]. Он забывает о времени и делах. Работая за компьютером, человек способен снять усталость и стресс, полученные в реальном мире. В виртуальном мире, люди ведут активную виртуальную жизнь, и у них создается иллюзия полноценной жизни, собственной реализованности, мощи. В этом мире невозможное становится возможным. Виртуальную жизнь никак нельзя связать с реальным миром, но она помогает нам отвлечься от повседневных забот. Конечно, отвлечься и расслабиться можно и без компьютера: кто-то уезжает в отпуск; другим помогает отдых на даче; третьи отправляются в кругосветное путешествие. Все это не всегда возможно, а вот окунуться в виртуальность можно в любое удобное время. Поэтому люди возвращаются туда снова и снова, думают о нем каждую минуту. Виртуальные друзья становятся дороже реальных. Нет никаких обязательств, никаких навязанных встреч.

Сидя перед ПК, человек начинает забывать о таких благах как прогулки, походы, ему становится все равно, когда он ел, как он выглядит и как он существует в реальном мире. В итоге он становится раздражительным и злым, когда его отвлекают от компьютера, испытывает дискомфорт и беспокойство, когда оторван от него, не знает чем себя занять. Встаёт вопрос: «Кто управляет виртуальным миром? Человек?» Нет! Это компьютер управляет людьми. Главная опасность заключается в том, что электронные средства становятся самостоятельной неуправляемой силой, с которой человек вынужден делить окружающий мир. Закономерно возникает вопрос: «Неужели люди должны признать свое равенство с созданными ими же

самими средствами информации?» Первым делом, приходя на работу или домой, люди включают ICQ, проверяют e-mail, залезают в любимый чат или конференцию. Они уже не могут остановиться, все увещевания совести глушит эйфория от своего виртуального величия. Они опаздывают на работу, на важную встречу, на встречу со своей реальной жизнью. Лидирующей, а зачастую просто единственной, интересующей темой становится компьютер [1].

Электронные средства занимают все более осязаемое место в структуре коммуникации и виртуальное общение приходит на смену реальному. Миллиарды часов суммарно в мире тратятся на виртуальное общение при помощи самых разных систем – от мобильных SMS до массовых чатов. По мере развития компьютерных технологий появилась возможность учиться, делать покупки, пользоваться банком и т.д., не выходя из дома. В это же время утрачивается возможность обмена опытом и впечатлениями, человеческая близость, чувство плеча. Люди постепенно отгораживаются друг от друга. Свобода общения всё больше уходит в виртуальность из реальности.

Люди теперь меньше заботятся, чтобы ухаживать за собой, но «ник» можно украшать и придумывать часами. Чем круче персонаж в Сети, тем дальше и дальше он отдаляется от реального осознания собственной личности [1]. Тем самым происходит раздвоение личности. В виртуальном мире человек, точнее, его персонаж, живет полноценной жизнью, продвинуто, отлично ориентируется в Паутине, к его мнению прислушиваются. В другом же, реальном – это пассивный, заросший щетиной, с воспаленными глазами и искривленным позвоночником, постоянно раздраженный, недовольный, социально нереализованный, не строящий «реальных» планов и не думающий о своем будущем человек.

Это регресс чувства воли и долга. Деграция не только личности человека, но и языка. Легкость, с которой можно обмениваться сообщениями по электронной почте, частота контактов, а также желание справиться с огромным объемом информации, к которой дает доступ Интернет, обуславливают изменения в характере употребления языковых средств. Общение стало торопливым и предельно упрощенным. Об этом свидетельствует отказ от заглавных букв, знаков препинания, использование большого количества остроумных сокращений. Появляются новые формы выражения эмоций: использование заглавных букв для обозначения крика, «смайлики» – как вербальное описание эмоциональных состояний. Все эти новшества являются упрощением и обеднением языка. Из-за заниженных требований к этикету страдает уровень вежливости и уважения к собеседнику. Возможность автоматического пользования функциями проверки орфографии и грамматики приводит к ухудшению языковых знаний. Более того, письма часто отправляются непроверенными.

Подводя итог, можно добавить, что компьютер – это проводник в интересный и красочный мир. Если человек не удовлетворен своей «настоящей» жизнью, то он обязательно будет искать ее заменители. Наверно поэтому виртуальная жизнь для людей стала дополнением к реальной жизни и просто без нее невысказана.

- 
1. [www.netaddiction.com](http://www.netaddiction.com)

*Е.А. Смирнова*

## **ВИРУСНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ – УГРОЗА ТРАДИЦИОННОЙ РЕКЛАМЕ**

За день на каждого из нас обрушивается несколько сотен рекламных сообщений. Их поток превратился в информационный фон, смысловой нагрузки в котором не больше, чем в уличном шуме. В то же время стоимость рекламных кампаний стремительно растет, а эффективность падает. Представители многих рекламных агентств заявляют о «смерти» традиционной рекламы. Теперь местом поиска реципиентов становится Интернет, а средством достижения их внимания – вирусный маркетинг.

Вирусный интернет-маркетинг – маркетинговая техника по созданию таких условий в сети Internet, при которых товар или услуги активно и добровольно рекомендовали бы сами

клиенты. Продвижение при помощи вирусного контента может принимать самые различные формы — видео, фото, флеш-игры, даже просто текст (например, анекдоты).

Данная методика использует привычку людей делиться с близкими новыми и полезными сведениями. Почти каждый третий, получивший интересное сообщение, пересылает его своему знакомому. Распространение информации идет «вирусным путём»: пользователь (член социальной сети или первоначальный получатель информации) сообщает новость своему кругу общения, а те, кто входит в эту группу, распространяют её дальше. Поскольку каждый зараженный пользователь отправляет письма больше чем одному потенциально «восприимчивому» пользователю (то есть вирус размножается в геометрической прогрессии), эпидемия описывается логистической кривой, где начальный этап характеризуется ростом по экспоненте.

Цель вирусного маркетолога — обнаружить людей, которые обладают высокой социальной значимостью (в англоязычной литературе это качество обозначается аббревиатурой SNP — Social Networking Potential), и создать вирусное сообщение, ориентированное на данный тип, а значит с высокой вероятностью ретрансляции.

Вопрос выявления потребителей с высоким уровнем SNP впервые подробно был рассмотрен в работе Боба Герстли (Bob Gerstley) «Изменения в исследованиях рекламы». Герстли использует алгоритм определения высокого потенциала пользователя в социальной сети, чтобы помочь маркетологам достичь максимальной эффективности вирусных кампаний. Такие крупные корпорации как IBM, Microsoft, Volvo, Mercedes, Adobe, American Express, Procter & Gamble, Nissan и многие другие активно используют вирусный маркетинг для продвижения своих продуктов.

Популярность вирусного интернет маркетинга в последнее время заметно растет. Достоинство данного способа продвижения состоит в том, что распространяемая таким образом информация воспринимается не как реклама, а, скорее, как досуг и развлечение. Поэтому лояльность целевой аудитории формируется легче, чем при использовании набившей потребителю оскомину навязчивой традиционной рекламы.

По результатам исследования аналитиков из ZenithOptimedia в 2009 г. в России на традиционную рекламу было потрачено на 24 % меньше, чем в 2008, а это чуть более 200 млрд руб. Главная причина - стоимость промо-кампаний растет, а их эффективность остается прежней, а порой и уменьшается. Распространению вирусного маркетинга способствует растущая популярность всевозможных онлайн-сообществ и блогов (Live Journal, MySpace.com, dairy.ru), а также дешевизна продвижения в Интернете. Продвижение через всемирную паутину в среднем требует меньше затрат, чем при рекламировании через печатные СМИ, телевидение и радио.

Отмечают, высокую эффективность продвижения через Интернет, обеспечиваемое возможностью четко таргетировать аудиторию. «Мониторить можно не только количество просмотров, но и социально-демографический состав аудитории, географическое распределение зрителей и десятков других параметров. Можно даже узнать, на каком моменте пользователь прервал просмотр клипа», – утверждает Дмитрий Козлов из агентства вирусного маркетинга и рекламы «Аффект».

Таким образом, качественный «вирус» обещает продолжительную коммуникацию с потребителем и предоставляет отличную возможность получить обратную связь. Но воспользоваться преимуществами вирусного маркетинга можно только по отношению к аудитории сети Internet, которая, хоть и обширна, на данный момент не может обеспечить охват всех групп потребителей. Это значит, что рекламным агентствам не обойтись без традиционной рекламы и других средств продвижения.

## **ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ИНТЕРНЕТ**

Интернет прочно утвердился в нашей жизни, и сейчас мы не представляем, как можно обходиться без всемирной сети. Хотя очевидно, что Интернет есть среда, прежде всего, информационная (по своему происхождению, основным функциям, возможностям, преобладающему содержанию), и подавляющее большинство пользователей сети используют ее именно как средство информационного поиска, научная проблематика Интернет-коммуникации развивается вокруг проблемы личности. Это определяется тем, что виртуальная реальность со всем ее информационным содержанием может быть представлена как средство и форма самовыражением человека.

Технологический прогресс позволяет переносить наше «Я», реальное или измененное, в глобальную информационную сеть. Передача и поиск информации, взаимодействие с другими людьми – есть не просто процесс коммуникации с другими, а еще и форма преобразования себя. Всевозможные акты коммуникации становятся в процессе виртуального общения всевозможными операциями над собой. Глобальная сеть позволяет создать или уничтожить самого себя, превратиться в божество или в ничтожество буквально за считанные часы и минуты. Речь идет о виртуальной личности – сравнительно новом явлении в культуре, которое требует определения и анализа.

В современной научной литературе ведутся дискуссии о том, в какой мере можно отождествлять виртуальную личность с реальной. Или представленность человека в социальном виртуальном взаимодействии есть только искусственный образ, не имеющий обратного влияния на его реальные социальные проявления?

Личность определяется единством духовного и телесного. Виртуальный мир предполагает принципиальное отсутствие телесности. Создатель виртуальной личности, как правило, остается анонимен. В связи с этим возникает вопрос: можно ли вообще говорить о существовании виртуальной личности как личности? «Человек выходит в сеть, вступает в контакт и начинает примерять на себя маски и вести себя как угодно. Это, разумеется, не «личности», а маски. И кто-то озабочен тем, что надо бы их диагностировать, потому что маска, которую выбирает человек, скорее всего, как-то добавляет и корректирует его собственную личность. Личность расщепляется: ее физическое тело остается где-то за пределами, и она теперь в виде некоей виртуальной субстанции, постоянно меняющейся, блуждает по Интернету и там как-то себя реализует» [1].

Создание виртуальных личностей может обогащать человека, развивая в нем способности приспособления к новым условиям, касающимся работы, сферы образования, навыков взаимодействия с передовыми технологиями, освоения новых социальных ролей. В то же время полный уход в виртуальный мир чаще всего обусловлен определенными проблемами в реальной жизни и играет чисто компенсаторную функцию. «Желание конструировать виртуальные личности может быть связано с тем, что реальность не предоставляет возможностей для реализации различных аспектов «Я» или же что действительность может быть слишком "ролевой", слишком нормативной. Это порождает у человека желание преодолеть нормативность, что ведет к конструированию ненормативных виртуальных личностей. В частности, это может проявляться в конструировании виртуальных личностей другого пола, нежели их обладатель, или вообще бесполовых» [2]. Особенно это касается детского и подросткового возраста, когда личность в целом еще не сформирована. Многие психологи считают, что в этом случае человек может полностью потерять свое «Я», растворившись в смене виртуальных двойников.

Может наблюдаться также патологическая зависимость от Интернета, проявляющаяся в потере интереса к реальной жизни. Существовали случаи самоубийств у детей при блокировке или удалении виртуальных персонажей. Интернет и развитие личности в сети может стать формой психологической зависимости. В физическом плане эта зависимость менее вредна, чем

наркотическая, но может полностью изменить реальные параметры личности [3]. Назовем основные симптомы такого процесса. У людей проявляется неспособность и нежелание отвлекаться даже на короткое время от работы в Интернете, появляется чувство досады и раздражения при вынужденных отвлечениях от работы в Интернете. Люди стремятся проводить в Интернете все больше времени, неспособны планировать время окончания конкретного сеанса общения. Находясь в виртуальной реальности, они забывают про реальную жизнь, про социальные обязанности, работу, учебу, пренебрегают собственным здоровьем. В частности, происходит резкое сокращение длительности сна в связи с систематической работой в Интернете в ночное время. Снижение физической активности часто оправдывается необходимостью выполнения срочной работы, связанной с использованием Интернета. Значительную часть времени занимает просмотр чужой личной информации, обсуждение ее с партнерами по интернет-коммуникации.

В последние год, полтора в Рунете стали стремительно развиваться социальные сети, такие как «Одноклассники.ру», «В контакте.ру» и множество их клонов, в том числе и на крупных порталах, к примеру на крупном почтовом сервере «mail.ru». Их появление в русскоязычном Интернете – клонирование принципов крупнейших банков данных личностей «facebook.com», «MySpace.com». Регистрация на данном портале вводит пользователя в определенный круг людей, в виртуальное сообщество. По данным социологических опросов, значительная часть участников таких сообществ проводят в виртуальном общении на этих порталах от одного до двенадцати часов в день. Нередко общение ограничивается одной web-страницей. Порой время проходит в ожидании ответов на очередное сообщение типа «Привет. Как дела?». И человек с радостью спешит в сотый раз ответить – «как всегда хорошо». Такая пустая трата времени компенсируется иллюзией социальной востребованности в рамках виртуального сообщества.

С другой стороны информационные сети это – одно из проявлений процесса глобализации. Объединение большого количества людей в единую сеть коммуникации уничтожает временные и территориальные границы общества и создает практически безграничные возможности общения. Возможности виртуальной коммуникации создают и новое пространство взаимодействия в рамках отдельной организации.

Безусловно, виртуальное взаимодействие позволяет коррелировать и модифицировать личностный образ в сети. Многогранные возможности изменения личности в сети в направлении повышения уровня ее привлекательности способны оказывать обратное положительное воздействие на реальную личность. В реальной жизни существует множество факторов, препятствующих раскрытию потенциального «Я» человека. Социальные web-сети создают такие возможности. Проблема заключается в том, чтобы виртуальная коммуникация не превратилась в уход от реального общения, чтобы пользователь физически и духовно оставался всего лишь пользователем, а не жителем глобальной сети.

#### ***Библиографический список***

1. Сатин, Д. Проблема сетевой идентичности. Виртуальная «личность». Круглый стол «Психология и Интернет» [Электронный ресурс] // [http://www.psychology.ru/internet/round/140400/05\\_ident.stm](http://www.psychology.ru/internet/round/140400/05_ident.stm). – Загл. с экрана. – Дата обращения: 2.04.2010.
2. Жичкина, А. Социально-психологические аспекты общения в Интернете. [Электронный ресурс] // <http://flogiston.ru/projects/articles/refinf.shtml>. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 2.04.2010.
3. Войскунский, А.Е. Феномен зависимости от Интернета. Гуманитарные исследования в Интернете / А.Е. Войскунский. – М.: Можайск-Терра, 2000. – 320 с.

## «МАГИЯ» ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ, ИЛИ ПУТЕШЕСТВИЕ ПО «СЕТИ ОДИНОЧЕСТВА»

За несколько десятилетий мир изменился кардинально. Если раньше человеческая жизнь протекала в трехмерной системе координат, определяющей четырехмерное пространство, то сейчас пространство как минимум пятимерно: в системе координат ко времени и протяженности добавилась новая координата, отмеряющая биты, – «виртуальная реальность». В переводе с английского «виртуал» – добродетель. Рассмотрим, что об этом думают, философы, на самом ли деле виртуальный мир есть добро? Так ли это? Может ли он заменить нам реальность? Действительно, «является ли ответом на вопрос, «Как я провел время», фраза «Я был в виртуальном пространстве»? Провел ли я там свое виртуальное или «реальное» время? Если я был в это время асоциален в «реальности», то в виртуальности *за это время* я мог поучаствовать в конференции, пообщаться в чат-руме, оставить сообщение в форуме, отослать письмо по электронной почте» [1, с. 117].

Какая из этих реальностей – виртуальная или подлинная – является адекватной человеческой экзистенции? Где, в какой реальности наиболее полно реализуется сущность человека: в виртуальной встрече с неведомой ему идентичностью или в реальных отношениях с другим человеком? Какая из этих реальностей несет добро, а какая – обрекает на одиночество? Виртуальная реальность связывается у Ж. Бодрийера с понятием симулякр. *Симулякр сам есть тело, но тело виртуальное*. Эра симуляции начинается с устранения всякой соотнесенности, с ликвидации всех референтов, их искусственного воскрешения в знаках. Ж. Бодрийер определяет симуляцию как «порождение, при помощи моделей, реального без истока и реальности: гиперреального» [2, с. 109]. Симуляция настолько широкомасштабна, что она заставляет совпасть все реальное с моделями симуляции, при этом исчезает различие между симуляцией и реальностью, причем реальность трансформируется в гиперреальность. Пример – тамагоче, виртуальная игрушка. Высшая степень близости между людьми – любовь; дружеские отношения – это некое подобие любви. Привязанность человека к домашнему животному – замещение дружбы с человеком. Животное заменяется виртуальным зверьком, некой пластмассовой коробочкой с маленьким экраном и несколькими кнопками. Можно сказать, что друг подобен любимому (мой), рыбка подобна другу, но говорить о том, что примитивная электронная игрушка подобна живому существу, объекту дружбы и любви, уже не представляется возможным. Тем не менее, виртуальный зверек – реален, он инициирует заботу о себе, вызывает привязанность, отодвигает чувство одиночества. Жертвами научно-технического прогресса стали дети. Вышеупомянутая подмена реальности достигла таких размеров, что гибель пластмассового друга воспринималась как непоправимая трагедия, ведущая к затяжным детским депрессиям. У взрослых необходимость в подмене реальности по причине одиночества пошла еще дальше, о чем свидетельствует Интернет.

Особенностью виртуального общения является то, что информацию, которую получает о вас собеседник, он черпает только из ваших слов. Поэтому когда после долгого общения в интернете люди наконец-то встречаются в реальности, они не узнают друг друга, ведь наш мозг услужливо дорисовывает в его (собеседника) пользу все недостающие черты. Иногда начинает казаться, что ты всю жизнь мечтал о таком человеке рядом, что именно его искал годами. Трудно представить себе шок, который испытываешь, когда впервые видишь своего такого знакомого виртуального собеседника! Он не имеет ничего общего с человеком, общавшимся с тобой несколько часов назад. Абсолютно ничего! Интернет – величайшая иллюзия из когда-либо созданных.

Существуют и другие мнения по данному вопросу. Наиболее интересной представляется позиция Н.А. Носова [3], рассматривающего виртуальную реальность с позиции психологии. Описывая психологическую виртуальную реальность, Н.А. Носов выделяет следующие ее разновидности: 1) консуетал – обыденная (опривыченная) психологическая реальность; 2) виртуал – сооответственно, непривычная психологическая реальность, подразделяющаяся на

реальность двух видов: а) гратуал – привлекательный виртуал; б) ингратуал – соответственно, непривлекательный виртуал. Н.А. Носовым выделяется восемь признаков гратуала: а) непривыкаемость: сколько бы раз данное событие не возникало, каждый раз оно переживается как необычное, непривычное; б) спонтанность: никто в своих описаниях не говорит о точном моменте возникновения данного события. Нет временной границы довиртуального, виртуального режима и поствиртуального. Виртуал возникает неожиданно и ненамеренно, его возникновение не контролируется сознанием и не зависит от воли (намерений и желаний) человека; в) фрагментарность: у человека, находящегося в виртуале, появляется ощущение какой-то отдельности частей своего тела от себя; г) объективность: о чем бы человек ни говорил – об изменениях в протекании деятельности, о наплыве чувств, о затемнении сознания и т.п. – он говорит о себе не как об активном начале, инициирующем события, мысли, действия, а как об объекте, «охватываемом» мыслями, переживаниями; д) измененность статуса реальности: человек выходит из обычной реальности, переходя в другую, необычную реальность, фактически это есть обретение *другой телесности*. Кстати, в гратуале реальность, в которой человек действует, расширяется, переживается в качестве привлекательной; д) измененность статуса личности: в виртуале человек иначе оценивает себя, свои возможности. В гратуале при сверхэффективной, легко текущей деятельности, у человека появляется чувство своего могущества, в частности, возможность преодоления препятствий, ощущение окрыленности; е) Измененность статуса сознания: меняется характер функционирования сознания. В гратуале сфера деятельности человека расширяется. Человек легко схватывает, перерабатывая весь необходимый объем информации; ж) измененность статуса воли: меняется роль воли в деятельности человека. В гратуале деятельность совершается без волевых усилий со стороны человека, как бы самопроизвольно, кажется текущей сама собой; деятельность становится самодействующей силой.

Н.А. Носов приводит поразительный факт создания в Японии целого виртуального города с населением в 10 тыс. человек. В системе, имитирующей город, используется новейшая компьютерная графика, усиливающая реализацию виртуальной среды. Каждый владелец компьютера может стать жителем этого города, выбирая внешний облик из предлагаемых 1100 вариантов. Жители города выступают в браки, развлекаются, общаются, выбирают правительство и т.д. С появлением более мощных каналов связи, протоколов, серверов на Интернет могут быть переложены многие функции: телефона, телевидения, почты. Причем все это становится интерактивным, с использованием виртуальной реальности.

Увеличение объема «компьютерной и интернет реальности», роста времени человеческого пребывания в ней большинство специалистов оценивают крайне негативно, поскольку это приводит не просто к забвению истинной, адекватной среды обитания человека, но к губительному, ложному утверждению «компьютерной и интернет реальности» адекватной средой жизнедеятельности человека. Виртуальная реальность очаровывает, завораживает, как наркотик, действуя на человеческую психику. Действительно, магия, но магия не настоящая, т.е. не имеющая никакого отношения к подлинным человеческим чувствам. Поэтому, человек попадает в «сеть одиночества», но не в смысле М.Хайдеггера, который атрибутом мысли считал одиночество, а скорее в смысле Я. Вишневского, автора нашумевшего бестселлера начала XXI в.

#### ***Библиографический список***

1. Лещев, С.В. Коммуникативное, следовательно, коммуникационное / С.В. Лещев. – М.: Едиториал-УРСС, 2002.
2. Мальковская, И.А. Знак, коммуникация. Дискурсивные матрицы / И.А. Мальковская. – М.: УРСС, 2004.
3. Носов, Н.А. Виртуальная реальность // Вопросы философии. 1999. № 10.



## **ВИРТУАЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОММУНИКАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЯДЕРНО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА: ПРЕИМУЩЕСТВА И ОГРАНИЧЕНИЯ**

Сегодня все чаще организации используют Интернет-коммуникации и соответствующие PR-средства в силу их возможности большого охвата аудитории и невысокой стоимости. Более того, Интернет-коммуникации могут помочь преодолеть закрытость организации и создать представление о ведении предприятием открытой информационной политики. Они дополняют традиционные средства коммуникации и позволяют расширить коммуникативное пространство.

На территории Нижегородской области расположены объекты ядерно-промышленного комплекса (ЯПК). Они необходимы для реализации энергетических и других потребностей региона, но являются потенциально опасными. Нижегородская общественность, в свою очередь, с одной стороны, осознает необходимость и важность развития сферы ядерной энергетики (ЯЭ), а, с другой стороны, выражает определенные опасения и страхи, которые вызывают социальную напряженность и активизируют деятельность общественных антиядерных движений. В то же время информационное взаимодействие таких предприятий с общественностью области не является достаточно эффективным. Опыт Чернобыля, закрытость и секретность информации о ядерной отрасли, непросвещенность широких слоев населения по данному вопросу не способствуют формированию благоприятных условий для эффективного развития сферы ЯЭ. Поэтому необходимо решение проблемы организации коммуникативного взаимодействия, между представителями ядерной сферы и общественностью, целенаправленное управление коммуникацией и ведение открытой информационной политики.

Приоритетными для предприятий ЯПК в силу большого числа сотрудников и размеров предприятий, сложной многоуровневой иерархии обычно являются внутренние коммуникации: формирование и поддержание корпоративной культуры и положительной репутации для идентификации сотрудников с предприятием, их успешной социализации и повышения удовлетворенности работой, что благоприятно сказывается на производительности труда. Для этого используются различные средства коммуникации: корпоративные мероприятия, газеты, бегущая строка, планшеты с фото-отчетами, корпоративная радиосеть.

Что же касается внешней коммуникации, то здесь основным каналом распространения информации являются СМИ, преимущественно отраслевые. Поэтому для расширения коммуникативного пространства необходимы дополнительные средства взаимодействия с общественностью.

Для этой цели предприятия ЯПК сегодня активно используют Интернет технологии, в частности разрабатывают и сопровождают web-сайты. С помощью сайтов можно узнать историю предприятий, ознакомиться с направлением их технической деятельности, основными событиями жизни организации, партнерами. Вся информация для наполнения сайта из-за закрытости сферы тщательно отбирается, согласуется с комиссией, которая определяет ее статус, и только после этого попадает на сайт. То, что информация регламентируется Федеральным законом «О государственной тайне» и внутренними нормативными актами предприятий, не может не накладывать отпечаток на ее форму и содержание. Сложность в том, чтобы согласовать цели предприятия с интересами общественности, найти именно ту информацию, которая будет привлекать внимание аудитории и не нарушать нормативную основу ее распространения.

С одной стороны, виртуальные коммуникации помогают предприятиям ЯПК расширить охват аудитории, затрачивая при этом минимальные средства. Но они остаются безличными, не имеют четкой аудитории и предполагают односторонний процесс потока информации. Поэтому говорить о создании общественного имиджа или репутации с помощью web-сайтов не приходится. Сайты могут служить дополнительным средством информирования в комплексе маркетинговых коммуникаций предприятия.

Если говорить о роли Интернет-сайта во внутренней коммуникации, то по результатам проведенного на одном из Нижегородских предприятий ЯПК опроса, для большинства респондентов-сотрудников сайт является самым популярным средством получения информации о событиях в жизни предприятия. Это происходит из-за того, что другие средства коммуникации (планшеты с фото-отчетами, доски объявлений, бегущая строка) не ориентированы на массовую аудиторию, в то время как к локальной сети имеют доступ большинство сотрудников.

Таким образом, реальные коммуникации на закрытых предприятиях следует дополнять виртуальными, учитывая при этом специфику работы с информацией, осуществлять их применение в системе и искать пути формирования обратной связи.

*О.В. Храмова*

### **ФРИЛАНС – ИСТОЧНИК ДОХОДА В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ**

Сегодня общество переживает новую глобальную трансформацию – становление постиндустриального (информационного) общества. Многие его теоретики говорят, что человечество ждет более квалифицированная интересная и творческая работа, преодоление отчуждения и т.п. Однако критично настроенные футурологи, в том числе Дж. Рифкин, предупреждают: «В грядущие годы новые, более совершенные технологии будут все в большей мере приближать цивилизацию к такому состоянию, когда почти исчезнут работающие». Таким образом, в футурологических дискуссиях об изменении роли труда в жизни человека и общества ряд ученых ставит вопрос не просто о «будущем труда», но и о «будущем без труда».

Научно-технический прогресс ведет к стремительному повышению производительности труда, и как результат – снижению потребности в рабочей силе. Все меньшее количество людей может производить все большее количество товаров и услуг. За последние 150 лет валовой продукт в развитых странах вырос более чем в 10 раз, а количество отработанных часов в расчете на человека сократилось наполовину.

Появление каждого нового более эффективного рабочего места уничтожает десятки и сотни старых. Поэтому современный экономический рост, основанный на научно-техническом прогрессе, – это «рост без рабочих мест» (jobless growth).

Система занятости в индустриальном обществе основана на стандартизации ее основных аспектов: трудовой биографии, трудового договора, места работы, рабочего времени, заработной платы и т.п. Сегодня происходит флексибилизация и дестандартизация занятости, т.е. широкое распространение гибких и изменчивых форм занятости, которые по сравнению с прежними временами могут быть названы нестандартными.

В поисках гибкости работодатели исповедуют стратегии дистанцирования, заключающиеся в замене трудовых отношений коммерческими. Таким образом, фигура наемного работника, включенного в системы трудового законодательства и коллективных договоров, вытесняется фигурой поставщика услуг, который действует на свой страх и риск, сам договаривается с работодателем об условиях работы.

Поэтому все более популярными в современном обществе становится фриланс, т.е. форма работы, при которой человек (внештатный работник) не заключает долговременный договор с работодателем, а нанимается только для выполнения определенного перечня работ. Будучи вне постоянного штата какой-либо компании, фрилансер может одновременно выполнять заказы для разных клиентов.

Фрилансер чаще всего сам предлагает свои услуги через Интернет. Фриланс особенно распространён в таких областях деятельности, как журналистика (и другие формы деятельности, связанные с написанием текстов), компьютерное программирование и дизайн во всех его проявлениях (реклама, веб-дизайн, дизайн интерьера и т.д.), перевод, разного рода консультационная деятельность.

Рынок фриланс-услуг в настоящее время уже достаточно развит в Европе и Америке и стремительно развивается в России и странах СНГ, вовлекая всё новых участников как со стороны исполнителей, предлагающих свои услуги, так и со стороны частных лиц и организаций, готовых к сотрудничеству на удалённой основе. Удаленная работа конкретно в нашей стране набирает обороты год от года. Широкое распространение фриланс получил с развитием интернета: сеть и сопутствующие информационные и банковские технологии позволили некоторым категориям работников уменьшить частоту появления в офисах, а то и полностью перейти на надомную/удалённую работу. Фриланс бирж, которые выполняют роль посредника между заказчиками и исполнителями, становится все больше и больше, а количество фрилансеров растет на глазах. На август 2009 г. их насчитывалось более 300 тыс. чел. Специалистов разнообразных фриланс профессий работа в интернете привлекает гибкостью и комфортом. Но есть свои минусы. Работая удаленно, вы не можете гарантировать стабильный доход, как на постоянной работе. Несмотря на это удаленная работа для многих фрилансеров была и остается единственным источником заработка. В период кризиса многие компании экономят на организации полноценного рабочего места в офисе, и обращаются за услугами к фрилансерам, работающим удаленно. Таким образом, удаленная работа выгодна как заказчику, так и фрилансеру.

Основные преимущества фриланса:

- нет транспортной проблемы - фрилансер работает дома, ему не требуется каждый день добираться в определённое место;
- благоприятная атмосфера - можно обустроить рабочее место по своему вкусу;
- отсутствие возможности прервать контракт постоянного найма;
- ответственность только за свои действия;
- свобода в выборе рабочего задания;
- выполнение только своей работы - никто не попросит «подменить»;
- возможности для международного сотрудничества.

Фриланс стремительно развивается в современном обществе, где ценятся скорость получения информации и мобильность, где надомная работа с использованием новейших коммуникативных средств становится востребованной и наиболее эффективной формой организации труда в отдельных отраслях хозяйства.

Однако работа в сфере фриланса подходит лишь для тех, кто может продемонстрировать произведенный продукт в интернете. В противном случае работодатель просто-напросто покупает кота в мешке. Поэтому работа на дому ограничивается лишь узким кругом специалистов. Таким образом, фриланс не панацея для тех, чью деятельность заменили работой компьютера.

## Секция 6

---

# ЭКОНОМИКА И ПРАВО В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

---

**Председатель:** С.А. Рамазанов, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой «Основы экономической теории и права»

**Заместители председателя:** В.А. Одинокоев, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Основы экономической теории и права»;

**Ответственный секретарь:** Н.А. Смирнова, ст. преподаватель кафедры «Основы экономической теории и права»

С.А. Рамазанов

### СОДЕРЖАНИЕ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА

Центральный банк является институтом, который осуществляет (реализует) государственную политику в денежном секторе экономики. Поэтому деятельность Центрального банка определяется нормативными документами (Конституцией, законом «О Центральном банке...» и пр.).

Закон РФ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» предписывает Банку России (статья № 3) следующие цели:

- защита и обеспечение устойчивости рубля;
- развитие и укрепление банковской системы Российской Федерации;
- обеспечение эффективности и бесперебойного функционирования платежной системы.

Наряду с обозначенными целями, в зависимости от экономических проблем, дополнительными целями Центрального банка становятся решения следующих задач:

- стимулирование экономического роста;
- увеличение занятости населения;
- регулирование валютных отношений.

Достижение поставленных целей и решение обозначенных задач осуществляется Центральным банком путем реализации денежной и кредитной политики. Под денежно-кредитной политикой Центрального банка подразумевается комплекс мероприятий, направленных на достижение поставленных целей. Цели и задачи последней определяются макроэкономическим курсом правительства. Денежно-кредитная политика как элемент экономической политики государства четко согласовывается с бюджетной и налоговой политикой. Слова Е. Ясина очень четко описывают соотношения различных элементов экономической политики: «Реформаторский этап в российской экономике, начавшийся с банкротства 1991 г., завершился банкротством августа 1998 г. Вывод: финансовые катастрофы будут продолжаться до тех пор, пока не будут четко согласованы основные элементы экономической политики» [5, с.7]. При реализации денежно-кредитной политики особого внимания заслуживает учет экономических интересов всех участников воспроизводственного процесса. Целью макроэкономического регулирования экономики является достижение

сбалансированности (равновесия) во всех секторах экономики, а целью денежно-кредитной политики – равновесие на денежном рынке, который является основой финансового рынка. Несогласованность макроэкономической политики государства и денежно-кредитной политики Центрального банка сопровождается финансовыми катаклизмами и кризисами.

Видные российские и иностранные ученые отмечают проблемы реализации денежно-кредитной политики. Основная проблема заключается в том, что при проведении денежно-кредитной политики нет возможности контролировать и управлять поведением всей совокупности целевых переменных. Поэтому выбирается определенный набор промежуточных и оперативных целей.

Сроки реализации отдельных мероприятий денежно-кредитной политики носят разновременный характер. Учет этого фактора требует применения различных инструментов денежно-кредитной политики в определенной комбинации, которая обеспечивает достижение целей в различных временных интервалах. Денежно-кредитная политика должна быть направлена одновременно на решение проблем текущего, среднесрочного и долгосрочного характера. Исходя из этих временных интервалов денежную политику можно классифицировать следующим образом:

- текущая;
- промежуточная (среднесрочная);
- стратегическая.

Денежно-кредитная политика в текущем периоде способна оказывать воздействие на параметры денежного рынка: ставку процента, объем денежной массы и др. К промежуточным целям денежно-кредитной политики можно отнести таргетирование инфляции, таргетирование валютного курса и т.д. В стратегическом плане денежно-кредитная политика должна поддерживать (стимулировать) экономический рост во всех секторах экономики и, прежде всего, в реальном.

Регулирование процентных ставок осуществляется путем воздействия на спрос и предложение денег. Равновесие на денежном рынке достигается под влиянием различных факторов. В зависимости от факторов, вызывающих изменение спроса и предложения денег, меняются и цели денежно-кредитной политики. При этом важное значение имеет фаза экономического цикла, в которой находится экономика. В период экономического роста денежно-кредитная политика носит стимулирующий характер. В точке «перегрева» экономики денежно-кредитная политика направлена на сдерживание экономического роста, прежде всего, путем повышения процентных ставок. Во второй критической точке денежно-кредитная политика носит ациклический характер, т.е. Центральный банк проводит политику снижения рыночной ставки процента. С учетом фазы экономического цикла эффективность денежно-кредитной политики зависит от ряда факторов:

- во-первых, от уровня развития финансового рынка, где определяющее значение имеет взаимодействие ее составляющих (денежного рынка и рынка ценных бумаг);
- во-вторых, важное значение при этом имеет соотношение рентабельности промышленного производства и уровня процентных ставок по кредитам;
- в-третьих, от степени сращивания банковского капитала с промышленным.

Макроэкономическое регулирование должно охватывать все экономические процессы, происходящие во всех фазах экономического цикла. Основоположник макроэкономического регулирования Дж. Кейнс считал денежно-кредитную политику более адекватным методом регулирования в том плане, что ее инструменты в большей степени носят косвенный характер. Однако денежно-кредитная политика может быть малоэффективной в том случае, когда экономика находится в ликвидной «ловушке», т.е. не реагирует на изменение процентной ставки. Это обстоятельство связано с тем, что в условиях рынка Центральный банк регулирует денежный сектор экономики не в полном объеме, так как он находится под влиянием внешних и внутренних факторов.

В кейнсианской концепции денежно-кредитная политика носит подчиненный характер по отношению к бюджетной политике. Первый регулятор приспособляется ко второму,

дополняя его. Вместе с тем, важно отметить, что кейнсианская теория представляла собой теорию выхода из экономического кризиса. Наряду с этим предметом ее исследования была почти закрытая экономика или экономика с минимальной открытостью с определенными ограничениями на движение международного финансового капитала.

В монетаристской концепции денежно-кредитная политика значительно отличается от других подходов. Сталкиваясь с проблемами практического применения количественной теории денег, монетаристы обычно «сваливают» все необъяснимое на скорость их обращения.

В зависимости от роли и места денежно-кредитной политики в системе экономической политики государства можно выделить две формы ее реализации. С одной стороны, денежно-кредитная политика осуществляется Центральным банком в рамках дискреционной политики. В рамках этой политики Центральный банк ориентируется на изменение экономической конъюнктуры, и ее гибкость в большей степени зависит от изменяющейся экономической ситуации. Другая форма реализации денежно-кредитной политики в большей мере связана с осуществлением стационарных процедур. В этом случае Центральный банк в основном ориентируется на ограниченные рамки, устанавливаемые исполнительными и законодательными органами, а не на макроэкономическую ситуацию. В этом случае денежно-кредитная политика Центрального банка ограничена обязательствами добровольного и принудительного характера.

В зависимости от макроэкономической ситуации и характера задач, которые необходимо решать, нужно выбрать ту или иную форму денежно-кредитной политики. Поэтому их нельзя противопоставлять. «Однако не менее важно обеспечить гибкость денежно-кредитной политики, возможность использовать различные варианты ее реализации, учитывающие особенности конкретной ситуации, тенденцию и динамику, воздействие внешних факторов и т.п.» [2, с.53].

В зависимости от способов насыщения экономики деньгами денежно-кредитная политика делится на экспансионистскую и рестрикционную. Экспансионистская денежно-кредитная политика предполагает увеличение количества денег в обращении, манипулируя различными инструментами из арсенала Центрального банка. К позитивным моментам такой политики следует отнести, при прочих равных условиях, снижение процентных ставок и уровня безработицы, а также увеличение объема выпускаемой продукции. Вместе с тем, этой политике свойственны и негативные моменты, которые проявляются в повышении уровня цен и усилении инфляционных ожиданий у хозяйствующих субъектов.

Рестрикционная денежно-кредитная политика (или политика дорогих денег) используется Центральным банком, если его целью является уменьшение денежной массы в обращении. Центральный банк может ограничить процесс создания денег различными способами. Однако следует отметить, что в современных условиях коммерческие банки научились обходить ограничения Центрального банка путем использования различных новаций:

- управления пассивными статьями;
- секьюритизации;
- расширения корреспондентских отношений между коммерческими банками.

Однако следует учитывать, что разновидности денежно-кредитной политики (экспансионистская, рестрикционная) оказывают воздействие на экономику в основном в краткосрочном периоде.

Важно отметить, что при выборе способов изменения денежного предложения очень важно определить значения монетарных и немонетарных факторов, порождающих инфляцию. В большей степени от решения этого вопроса зависят реальные действия при проведении денежно-кредитной политики Центрального банка. В то же время следует иметь в виду, что отсутствует теория, способная ответить на все вопросы и предложить стандартные решения для разных стран. Миф о том, что государство способно навести порядок, особенно устойчив в отношении денежной системы. Кажется, что деньги-то непременно должны быть под контролем государства. Но ведь деньги – это кровь экономики. Они участвуют во всех сделках. Если государство контролирует денежную систему, это значит, что у него в руках ключ к контролю

над всей экономической системой. Поэтому в условиях глобального кризиса особое внимание заслуживает регулирование финансовых рынков.

#### ***Библиографический список***

1. Закон о Центральном банке Российской Федерации (Банке России): Федеральный закон от 10 июля 2002г. № 86-ФЗ // «Российская газета» № 127, от 13.07.2002.
2. Моисеев, С.Р. Денежно-кредитная политика: теория и практика // С.Р. Моисеев. - М., Дело. 2005.
3. Моисеев, С.Р. Политика валютных интервенций ЦБ: сущность теневые механизмы и эффективность операций Банка России // Финансы и кредит. 2002. № 11. С. 46-53.
4. Некипелов, А., Головин, М. Стратегия и тактика денежно-кредитной политики в условиях мирового экономического кризиса // Вопросы экономики. 2010г. №1. стр. 4-21.
5. Ясин, Е. Поражение или отсутствие? (российские реформы и финансовый кризис) // Вопросы экономики. 1999. № 2. С. 4-18.

***С.А. Рамазанов, А.И. Воронин***

### **АНАЛИЗ РЕЖИМА ВАЛЮТНОГО КУРСА В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА**

Теория валютного курса в своём теоретическом и практическом аспектах предназначена для изучения проблем стоимостной основы в соотношениях валют, их зависимости от состояния платежного баланса и изучения динамики валютного курса.

Следует отметить, что роль валютного курса во многом определяется выбранной моделью денежно-кредитной политики. В условиях российской действительности валютный курс является важнейшим показателем экономического благополучия страны. В истории нашей страны валютный курс в определенное время (1995-1998гг.) играл роль, явно ему неприсущую – целевого ориентира государственной денежно-кредитной политики. Чем завершился этот период в экономической истории нашего государства напоминать не стоит. За анализируемый период Банком России применялись два режима валютного курса:

- режим плавающего валютного курса (2000-2003);
- режим управляемого плавающего валютного курса (2004-2009).

Таким образом, определение правильных ориентиров и реальная оценка возможностей экономики в данной ситуации является необходимым условием долгосрочного роста.

Состояние денежно-кредитной сферы РФ во многом определяется внешнеэкономическими условиями, а политика монетарных властей зависит от состояния торгового и платежного баланса (рис.1.1).

Эффективность денежно-кредитной политики в основном зависит от режима валютного курса, который реализуется Центральным банком. При фиксированном валютном рынке наряду с бюджетно-налоговой политикой эффективна и внешнеторговая политика. При этом менее эффективна денежно-кредитная политика. Однако следует отметить, что последняя эффективнее, чем бюджетно-налоговая политика при режиме плавающего валютного курса.



**Рис.1.1 Динамика торгового баланса РФ**  
(Данные Центрального банка РФ – [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru))

Разумно предположить, что в условиях растущего притока иностранной валюты и отсутствия надежных ликвидных финансовых инструментов, фактически единственным механизмом регулирования денежного предложения является интервенция на валютном рынке. Однако в условиях значительного положительного сальдо торгового и платежного баланса данный механизм работает только в одну сторону – эмиссии рубля за счет покупки избыточного (сверх объема спроса со стороны других участников рынка) предложения валюты на рынке. Серьезным последствием того, что все инструменты денежно-кредитной политики сведены фактически к валютному рынку, является усиление тенденции к ревальвации рубля. Это обстоятельство требует от центральных банков при проведении денежно-кредитной политики учета внешних факторов в условиях глобализации.

В рыночной экономике напрямую манипулировать валютным курсом невозможно. Это коренным образом отличает его от других денежных показателей, таких как денежные агрегаты, ликвидность в банковской системе или процентные ставки. В краткосрочном периоде валютный курс влияет на реальную экономику и платежный баланс страны, а в долгосрочном периоде его влияние в определенной степени может быть нейтрализовано реакцией внутренних цен в ответ на изменение валютного курса.

К параметрам, характеризующим особенности развития экономики России, необходимо также отнести чистый приток капитала (рис.1.2.), динамика которого во многом определяет инфляционные процессы.



**Рис. 1.2. Динамика чистого притока капитала в РФ**  
(данные Центрального банка РФ – [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru))

Анализ валютной политики Центрального банка РФ, а именно, режима валютного курса, показывает, что рассматриваемый период можно разделить на три этапа. *Первый этап* охватывает интервал времени с 2000 по 2003 гг. В это время Центральный банк проводил политику режима плавающего валютного курса. При таком режиме Центральный банк не берет



никаких обязательств по поводу поддержания валютного курса. В условиях российской действительности такая валютная политика носила вынужденный характер после августовского кризиса 1998 г. ввиду отсутствия достаточных валютных резервов у Центрального банка. С другой стороны, такая политика в большей степени соответствовала интересам отечественных товаропроизводителей, выпускающих импортозамещающую продукцию. Этому этапу также свойственно снижение курса отечественной валюты по отношению к доллару США и евро.

При плавающем режиме валютного курса соотношение спроса и предложения отечественной валюты проявляется в изменении цены иностранных валют. Предложение денег Центральным банком осуществляется без учета валютного курса отечественной валюты. Под свободным валютным режимом мы понимаем формирование валютного курса без вмешательства Центрального банка. За этот период Центральный банк РФ значительно увеличил валютные резервы. Стало быть, называть режим валютного курса свободно плавающим нельзя. Также важно отметить, что с 2000 по 2003 гг. доля нерезидентов в совокупном зарегистрированном уставном капитале банковской системы устойчиво снизилась с 8 до 5%.

С 2004 г. начинается *второй этап* в денежно-кредитной политике Центрального банка, который завершился осенью 2008 г. Этому периоду свойственно то, что Центральный банк проводил политику уже в режиме управляемого плавающего валютного курса. Сущность такой политики состоит в том, что Центральный банк начал активно проводить операции на валютном рынке, выступая в качестве основного покупателя иностранной валюты. Экономическое содержание режима управляемого плавающего валютного курса заключается в регулировании денежного предложения со стороны Центрального банка путем приобретения иностранной валюты на внутреннем рынке. Такая политика в основном препятствовала укреплению национальной валюты. Увеличение валютных резервов было слабо связано с реальным экономическим ростом.

Приток иностранной валюты в этом временном интервале происходил по трем каналам. Первый канал связан с положительным торговым балансом, вызванным благоприятной конъюнктурой мирового рынка энергоносителей. Второй канал притока иностранной валюты связан с ростом операций с капиталом и финансовыми инструментами. Внешние обязательства коммерческих банков за этот период увеличились в десятки раз (с 1,4 млрд долл. в 2000 г. до 71 млрд долл. в 2007 г.) Третий канал притока иностранной валюты связан с ростом вложений нерезидентов в совокупном зарегистрированном уставном капитале банковской системы. Значение этого показателя по имеющимся данным в период с 01.01.2004 по 01.10.2010 увеличилось с 5 до 28%. В отличие от других каналов притока иностранного капитала этот канал привлечения капитала носит менее спекулятивный характер и ориентирован на получение прибыли в более долгосрочном периоде.

В целом политику Центрального банка этого периода можно считать относительно независимой. Режим плавающего валютного курса значительно сглаживал резкие колебания валютных курсов.

*Третий этап* в денежно-кредитной политике Центрального банка РФ с позиции применяемого режима валютного курса начинается приблизительно с 01.10.2008. Можно перечислить следующие макроэкономические особенности этого периода.

Во-первых, изменение конъюнктуры мирового рынка на энергоносители, которое проявляется в пользу снижения их цен. Ближайшим следствием изложенного является снижение притока иностранной валюты по счетам текущих операций.

Во-вторых, ухудшение условий внешнего заимствования коммерческими банками наряду с оттоком спекулятивного капитала из страны.

В-третьих, Центральный банк РФ стремится перейти от политики управляемого плавающего валютного курса к свободно плавающему валютному курсу. Поэтому Банк России постепенно будет отказываться от участия в процессах курсообразования национальной денежной единицы.

В-четвертых, основной упор Центральный банк делает не на поддержание уровня инфляции, а на стабилизацию банковской системы. Хотя последнее должно осуществляться регулярно, а не только в периоды экономических кризисов.

Для реализации этого перехода Центральный банк РФ планирует планомерно ослабить курс национальной валюты к бивалютной корзине, что коррелируется с большими колебаниями ее курса. Переход Центрального банка к такой политике, на наш взгляд, носит вынужденный характер. Это объясняется нежеланием Центрального банка тратить накопленную валюту на поддержание курса национальной валюты. Свободное формирование валютного курса, при прочих равных условиях, приведет к снижению объема валютных резервов. Это обстоятельство потребует от Центрального банка изменения других активов, которые сопряжены с процентной политикой. От процентной ставки Банка России в большей степени будут зависеть и рыночные ставки процентов, и инфляционные ожидания экономических субъектов. Учитывать и регулировать эти процессы гораздо сложнее, чем проведение валютных интервенций.

Переход к активной процентной политике возможен в долгосрочном периоде вследствие ряда причин.

Во-первых, такая политика должна ориентироваться, прежде всего, на нужды реального сектора экономики с позиции уровня процентных ставок. Процентные ставки Центрального банка, которые носят в основном штрафной характер, мало будут востребованы коммерческими банками, а вслед за ними и предприятиями с невысоким уровнем рентабельности.

Во-вторых, система рефинансирования Банка России нуждается в совершенствовании в направлении расширения их доступности всем коммерческим банкам, в том числе мелким и средним региональным банкам. Такая политика должна осуществляться в рамках демополизации банковской системы и разрушении системы двухъярусного рефинансирования.

В-третьих, изменение экономического поведения хозяйствующих субъектов в сторону рационального и эффективного использования также нуждается во времени.

В-четвертых, совершенствование процентной политики предполагает изменение пропорций использования всех инструментариев денежно-кредитной политики Банка России, где на первое место выдвигается их согласованность.

Примерно такую позицию теоретически занимает Центральный Банк Российской Федерации, предлагая перенести акцент с программирования денежного предложения на использование процентной ставки. Развитие процентной политики приводит к отказу от валютного механизма эмиссии денег, что также связано и с отходом от политики изъятия избыточной денежной массы из обращения. Экономическая целесообразность последнего с позиции снижения инфляции подвергалась сомнению видными российскими и зарубежными учеными. Макроэкономическая ситуация в России требует разработки современных подходов, показывающих экономическую эффективность денежно-кредитной политики и соответствующий ей режим валютного курса.

#### ***Библиографический список***

1. Андреанов, В.Д. Золотовалютные резервы: принципы формирования, структура и эффективность использования // Бизнес и банки. 2008. №29.
2. Бажан, А.И. Денежно-кредитная политика и банки развития в России // Банковское дело. 2008. № 5. С. 39-42.
3. Гуревич, Е. Оценка вклада эффекта Балассы - Самуэльсона в динамику реального обменного курса рубля. Е.Гуревич, В. Соколов, А. Улюкаев // Вопросы экономики. 2008. № 7. С. 15-27.
4. Ершов, М. Мировой финансовый кризис: год спустя // Вопросы экономики. 2009г. №12. стр. 4-21.
5. Моисеев, С.Р. Политика валютных интервенций ЦБ: сущность теневые механизмы и эффективность операций Банка России // Финансы и кредит. 2002. № 11. С. 46-53.

## **ИНВЕСТИЦИИ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ: ДЕФИЦИТ ИННОВАЦИЙ И НЕГАТИВНЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ**

Экономику Иркутской области можно условно поделить на две части:

- 1) экспортноориентированные сырьевые и «полупродуктовые» производства, находящиеся в собственности вертикально интегрированных финансово-промышленных групп;
- 2) производства, ориентированные на удовлетворение потребностей внутреннего спроса, находящиеся в региональной собственности.

Первая группа отраслей характеризуется высоким уровнем доходности и в то же время выводом значительной части добавленной стоимости, произведенной на территории области, за пределы региона. Это цветная металлургия, топливно-энергетический, нефтехимический и лесопромышленный комплексы.

Вторая - низким уровнем конкурентоспособности, потерей рынков сбыта продукции, значительным физическим и моральным износом основных фондов и технологий. Это такие направления как сфера производства товаров народного потребления, легкая, пищевая, деревообрабатывающая, машиностроительная промышленность, промышленность строительных материалов, черная металлургия, сельскохозяйственное производство с сопряженными отраслями строительства, транспорта, торговли.

Из-за преимущественной ориентации отраслей на внешний рынок благоприятная конъюнктура цен на продукцию, выпускаемую предприятиями области в течение длительного времени, способствовала их устойчивому положению.

Подтверждением крайне слабой диверсификации экономики Иркутской области стал 2009 год. Интенсивный спад экономики региона был вызван сокращением внешнего спроса на сырьевые товары и падением цен на них. За этот период инвестиции в основной капитал сократились до отметки в 105,4 млрд руб. (2008 г. – 127,9 млрд руб.), а индекс их физического объема к предыдущему году составил лишь 76,5% (2008 г. – 84,2%). Кроме того произошло снижение и объема иностранных инвестиций до 344,6 млн долл. (2008 г. – 636,5 млн долл.). Снижение объемов производства в 2009 году продолжилось и в наибольшей степени затронуло обрабатывающие отрасли. В то же время показательным фактом остаётся стабильная ситуация в добывающих отраслях. Так, в связи с завершением в 2009 году строительства первой очереди трубопровода «Восточная Сибирь – Тихий Океан» (Тайшет - Сковородино) в регионе продолжается интенсивное освоение нефтяных месторождений.

Причиной снижения объема инвестиций в 2009 году стала приостановка крупных инвестиционных проектов, реализуемых в Иркутской области, таких как строительство алюминиевого завода в городе Тайшет, модернизация алюминиевого завода в городе Братске. Внесены изменения в планы финансирования и ряда других инвестиционных проектов.

Один из главных сдерживающих факторов развития для региона сегодня - сложившаяся ориентация экономики на производство и экспорт сырья. Несмотря на усилия местных властей, собственники вертикально интегрированных компаний слабо развивают глубокую переработку ресурсов и в регионе размещены только центры затрат. Сегодня федеральное законодательство предоставляет владельцам таких компаний значительные налоговые льготы, в том числе и по доле субъекта Федерации. Например, в ставке налога на прибыль, что приводит к выпадению значительного объема доходов регионального бюджета. Можно констатировать, что подавляющее большинство инвестиционных проектов, реализуемых в настоящее время финансово-промышленными группами, в основном носят все тот же экспортно-сырьевой характер.

В отличие от сырьевых экспортноориентированных производств, импортозамещающие и высокотехнологичные отрасли относятся в большей степени к сфере среднего и малого бизнеса. Проекты в данной сфере характеризуются меньшими объемами капиталовложений, более быстрыми сроками окупаемости и могут принести мультипликативный эффект, выражающийся

в создании новых рабочих мест, развитии смежных отраслей и формировании кластеров организаций, улучшению социальных показателей. Немаловажной является и наибольшая восприимчивость малого и среднего бизнеса к инновациям.

Вместе с тем речь не идёт об одномоментном отказе от развития традиционных производств. Развитие новых отраслей (нанотехнологии, биотехнологии), ориентированных на импортозамещение и производство конечной продукции как более приоритетное направление развития Иркутской области можно осуществлять параллельно с увеличением глубины переработки традиционных видов сырья и полупродуктов, повышением объемов и эффективности внутреннего использования топливно-энергетических ресурсов, диверсификацией металлургического комплекса на основе современных технологических решений. Справедливость данного утверждения подтверждается позитивными сдвигами в структуре областного экспорта, в котором выросла доля продукции высокого передела — с 35,1% в 2006 году до 41,4% в 2007-м. Так, стоимостный объем необработанного алюминия — до 2007 года основы регионального экспорта — сократился на 18%, уступив позиции новым видам высокотехнологичной продукции. С 15 до 12% сократился объем поставок круглого леса за рубеж.

Однако на пути инновационного развития региона стоит ряд серьезных преград. Во-первых, это проблема доведения научно-технических разработок до массового внедрения в реальном секторе экономики. Чтобы продвинуть инновационные продукты на рынок, все больше регионов обращаются к идее создания научно-технологических парков. Наиболее крупным из них в Сибири является технопарк в новосибирском Академгородке. Все большее распространение получают бизнес-инкубаторы и центры трансфера технологий.

Второй проблемой является недостаток собственных финансовых ресурсов у предприятий, которые в подавляющей массе ограничены в собственных средствах и испытывают сложности с привлечением ресурсов. На уровне Иркутской области данная проблема частично решается за счёт проведения ежегодного конкурса инновационных проектов, победители которого получают софинансирование инноваций из регионального бюджета.

Третья проблема - удорожание производственных инвестиций в связи с необходимостью обеспечения новых производств инженерной инфраструктурой, являющейся существенной составляющей инвестиционного проекта, нередко самой затратной его частью.

По нашему мнению, несравнимо больший прирост ВРП области способно дать развитие именно тех отраслей, которые ориентированы на импортозамещение и производство конечного продукта. Рост валового регионального продукта в свою очередь приведет к пропорциональному увеличению доходов регионального и местных бюджетов, а с ним и к росту бюджетных инвестиций в социальную инфраструктуру.

Иркутская область обладает мощными научно-образовательными центрами федерального уровня, к которым относятся Иркутский научный центр Сибирского отделения Российской академии наук, Восточно-Сибирский научный центр Сибирского отделения Российской академии наук, а также сеть учреждений высшего образования, в которых обучаются студенты из всех соседних субъектов Российской Федерации и из-за рубежа. Регион характеризуется высоким качеством трудовых ресурсов. Доля занятых в экономике с высшим и неполным высшим образованием составляет порядка 20 %, средним и начальным профессиональным — около 40 %. Этот фактор является одним из определяющих при поиске квалифицированных сотрудников для новых производств.

Несмотря на это, в числе первоочередных проблем территории остаётся низкое качество жизни населения, не отвечающее общепринятым международным стандартам и уступающее среднероссийскому уровню, — это один из главных факторов, сдерживающих интенсификацию развития экономики региона. В связи с этим Иркутская область ежегодно теряет более 600 тыс. квалифицированных рабочих и специалистов из-за отрицательной миграции и свыше 7 тыс. человек — из-за превышения смертности над рождаемостью. Несмотря на мощный научно-образовательный потенциал в регионе остро стоит вопрос дефицита квалифицированных кадров. И в этой связи основной угрозой росту экономики Иркутской области является

отсутствие возможностей для закрепления и воспроизводства кадров в условиях демографического сжатия. Рассматривая инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности в разрезе социальной сферы, можно найти вполне логичное объяснение тем проблемам, о которых говорилось ранее. Данный анализ говорит о том, что на протяжении 2006-2008 гг. доля инвестиций в социальную сферу не превышала 4% от общего объема инвестиций в основной капитал.

Настораживает и тот факт, что такая статья областного бюджета как бюджетные инвестиции в объекты капитального строительства социальной инфраструктуры в области за последние три года подверглись серьезному сокращению с 64,4 млн руб. в 2008 году до отметки в 9,5 млн руб. в 2010 году.

Нам представляется, что регион должен рассматриваться не только как производственно-технологическое пространство, но и как сложная социально-экономическая система с акцентом на социальную составляющую с вытекающими отсюда функциями и направленностью региональной политики.

Таким образом, стратегической целью развития Иркутской области является формирование самодостаточной экономики инновационного характера, обеспечивающей инвестиционную привлекательность и комфортную среду для жизни людей. Основными инструментами достижения стратегической цели являются создание мощной высокотехнологичной индустриальной базы по глубокой переработке сырьевых ресурсов, интеграция с иными субъектами Российской Федерации, дальнейшее развитие областной инновационной системы при активном вовлечении в процесс малого и среднего бизнеса, обеспечение устойчивого социального роста и создание высокооплачиваемых рабочих мест.

*Н.А. Агеева, О.В. Антипина*

## **СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА УРОВНЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ**

На сегодняшний день понятие «инновация» применяется ко всем новшествам в производственной, организационной, финансовой, научно– исследовательской и других сферах. При этом в научной литературе насчитывается более сотни определений понятия инновации, но нет ни одного достаточно четкого. Под инновацией мы понимаем использование результатов научных исследований и разработок, направленных на совершенствование производственных, экономических, социальных отношений в различных областях жизнедеятельности общества.

Важное значение для понимания содержания инновации имеет их классификация. При этом типологию инноваций можно строить по разным основаниям. В научной литературе наблюдается разнообразие классификаций инноваций, которое зависит от ряда критериев. Мы подразделяем инновации на две основные группы: технологические и социальные инновации.

Большинство исследователей уделяют внимание технологическим инновациям, являющимся прямой характеристикой интенсивного типа развития производства. К ним относят все изменения, затрагивающие средства, методы, технологии производства, определяющие научно-технический прогресс. Именно этот вид инноваций нацелен на создание новых или усовершенствованных продуктов, выпуск которых невозможен при использовании устаревшего оборудования или обычно применяемых методов организации производства.

Социальные инновации представляют собой процесс реализации мероприятий, направленных на изменение взаимоотношений в различных социальных группах, изменение экономических, экологических, культурных, образовательных и организационных аспектов. Социальные инновации нацелены на гармоничное, сбалансированное развитие человека и общества в целом, улучшение качества услуг социальной сферы за счет более полного соответствия меняющимся требованиям общества, снижение социальной дифференциации путем увеличения доступности оказываемых услуг и т.п.

Инновации разрабатываются и осуществляются на конкретных территориях. В связи с этим мы считаем необходимым рассматривать особенности инновационного процесса и инновационной деятельности применительно к конкретным территориям. В рамках нашего исследования такой территориальной единицей выбрано муниципальное образование как первоначальное звено жизнедеятельности каждого гражданина страны.

Анализируя исследования современных авторов, можно сделать вывод о том, что в их работах инновационное развитие рассматривается лишь относительно территорий, обладающих высоким научным, научно-техническим, образовательным и производственным потенциалом и расположенных преимущественно в западных регионах страны. По нашему мнению, такой ограниченный подход к осуществлению инновационной деятельности в современных условиях, особенно в условиях перехода РФ на инновационный путь развития, недостаточен.

Производство инноваций, прежде всего, технического характера, безусловно, происходит на подготовленных территориях, где имеются соответствующие условия для данного вида деятельности. Но это не должно стать причиной для исключения других муниципалитетов из инновационного процесса. Каждую отдельную территорию необходимо включать в процесс перехода страны к экономике нового типа. При этом территорию следует рассматривать как совокупность муниципальных образований и уже на основе анализа их инновационных и инвестиционных возможностей строить концепцию инновационного развития территорий.

В инновационном развитии территорий особое внимание должно быть уделено социальным инновациям. По нашему мнению, именно они формируют инновационную среду территорий, которая способствует научно-техническим, технологическим и информационным нововведениям, обеспечивают их ускорение, повышение эффективности использования новой техники и технологий и это, в конечном счете, способствует формированию нового качества жизни населения.

Принятие Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» № 131 - ФЗ предполагает введение ряда существенных социальных нововведений, которые применительно к муниципальным образованиям мы классифицируем как экономические, организационные и управленческие инновации.

Экономические инновации муниципальных образований включают новые механизмы формирования доходов муниципальных образований, новую систему межбюджетных отношений.

Организационные инновации муниципальных образований связаны с созданием новых форм территориальной организации местного самоуправления, участием населения в осуществлении местного самоуправления, новым порядком формирования органов местного самоуправления, взаимодействием органов местного самоуправления разных уровней и органов государственной власти.

Управленческие нововведения предполагают целенаправленное изменение принципов управления с целью ускорения, облегчения или улучшения выполнения поставленных задач. Они направлены на повышение эффективности функционирования системы управления.

Развитие инновационной деятельности территорий невозможно без достаточного использования капитальных, финансовых, интеллектуальных, трудовых, материальных ресурсов. В связи с этим особое место в разработке стратегии перехода муниципальных образований на инновационное развитие принадлежит формированию системы эффективного инновационного инвестирования. Привлечение инвестиций в инновационную сферу территорий и умение эффективно инвестировать бюджетные средства для поддержания и развития этих территорий является на сегодняшний день одной из наиболее актуальных проблем. Инновационное развитие возможно для любых территорий, но с учетом особенностей их инновационного и инвестиционного развития. Эти особенности необходимо учитывать посредством разработки типологии муниципальных образований.

Необходимость осуществления инноваций на муниципальном уровне обусловлена следующими факторами: во-первых, созданием должных условий для активного вовлечения накопленного научно-технического потенциала муниципальных образований в процессы

модернизации производства и развития высокотехнологического сектора экономики; во-вторых, актуальностью формирования в муниципальном образовании эффективной социально-ориентированной рыночной экономики, базирующейся на современных технологических укладах; в-третьих, возрастанием роли инноваций как фактора роста благосостояния и устойчивости социально-экономического развития территорий; в-четвертых, совершенствованием российского законодательства и налоговой системы в инновационной сфере; в-пятых, созданием концепции развития инновационной деятельности на федеральном и региональном уровнях.

В то же время инновационному развитию территорий на сегодняшний день препятствуют такие факторы, как незаинтересованность органов местного самоуправления в использовании инноваций; недостаток собственных средств муниципальных образований для осуществления и внедрения инноваций; недостаток финансовой поддержки со стороны государства; высокая стоимость нововведений и длительные сроки их окупаемости; низкий инновационный потенциал большинства организаций территорий; возрастающий дефицит квалифицированного персонала; недостаток информации о новых технологиях; слабое использование возможностей кооперирования с научными организациями и другими предприятиями.

*И.А. Арташина*

## **КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В РАЗВИТИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Привлечение инвестиций в экономику регионов является приоритетной задачей для субъектов РФ. Процессы развертывания рыночных институтов в российской экономике закономерно привели к рыночному структурированию внутрирегионального экономического пространства, условием экономической стабилизации которого стала эффективная реструктуризация региональной экономики, стратегическое развитие ее современных отраслей и сфер, которые базируются на имеющихся ресурсных предпосылках и конкурентных преимуществах. Для большинства регионов ведущими факторами формирования инвестиционного потенциала остаются природные ресурсы, местоположение и инфраструктура. Наряду с этим повышается значимость коммуникационной политики в продвижении регионов среди отечественных и иностранных бизнес-сообществ.

Коммуникационная политика в процессе экономического развития Нижегородской области за последний период характеризуется следующими особенностями. С начала реализации новой инвестиционной политики в 2006г. акцент делался на продвижение Нижегородской области в целом, то есть повышении ее узнаваемости. На сегодня проводится целенаправленная программа по продвижению уже конкретных инвестиционных проектов, в том числе и среди иностранных инвесторов. Для решения вопросов привлечения инвестиционных ресурсов, устранения существующих диспропорций в экономическом развитии и создания оптимальных условий взаимодействия региональной власти с инвесторами в Нижегородской области внедрен уникальный административный механизм сопровождения инвестиционных проектов, нацеленный на минимизацию бюрократической нагрузки на бизнес и предоставление разнообразных форм государственной поддержки. Можно констатировать переход к новым формам коммуникационной политики, основанной на сотрудничестве власти и бизнеса в процессе активизации инвестиционной деятельности на территории области.

В основу работы с инвесторами положен принцип «одного окна», в качестве которого выступает правительство Нижегородской области, что ускоряет и облегчает процесс прохождения и формирования правоустанавливающих документов для реализации инвестиционного проекта. Инвестор не тратит время на получение необходимой информации в каждом органе исполнительной власти отдельно, а представляет свой проект на рассмотрение Инвестиционного совета. В отличие от многих регионов России в Нижегородской области для

работы с инвесторами создано отдельное министерство инвестиционной политики, что повышает статус и качество взаимодействия с инвесторами.

Современная инвестиционная политика включает организационно-экономическую и информационную поддержку инвесторов:

- эффективная и прозрачная процедура прохождения инвестиционной заявки, позволяющая бизнесу в течение 104 дней с предварительным согласованием места размещения объекта либо в течение 142 дней без такого согласования (с торгами) получить земельный участок для реализации инвестпроекта;
- система финансовых и нефинансовых мер государственной поддержки;
- поддержка (направление) ходатайств и обращений в федеральные органы государственной власти Российской Федерации об оказании содействия инвесторам при реализации инвестиционного проекта;
- помощь в создании инфраструктуры бизнеса;
- одна из наиболее прогрессивных на территории России инвестиционных законодательных баз, гарантирующая соблюдение прав инвестора;
- распространение позитивной информации об инвесторе. При построении бренда Нижегородской области проводится политика максимальной открытости по отношению к внешнему миру. Освоены ключевые коммуникационные каналы продвижения: Интернет-сайты, площадки международных инвестиционных форумов, отраслевые специализированные выставки и презентации инвестиционных проектов. В процессе формирования инвестиционного климата региона для рекламного продвижения конкретных инвестиционных проектов используются в основном три канала: телевидение, Интернет и печатные издания.

Инвестиционный климат Нижегородской области является одним из самых комфортных на территории России. Инвестиционное региональное законодательство, которое признано экспертами одним из самых успешных в стране, мощная система финансовых и нефинансовых льгот, предоставляемых бизнесу, организационная и информационная поддержка инвестиционных процессов позволяют инвесторам эффективно реализовывать имеющийся у региона значительный экономический и ресурсный потенциал. Выгодное географическое положение и высокая емкость потребительского рынка создают хорошие возможности для развития транспорта и логистики. Инвестор, считающий, что его проект может быть отнесен к категории приоритетных, имеет возможность подать заявку на получение нефинансовой поддержки, которая, как и финансовая, рассчитывается исходя из принципа бюджетной эффективности.

Создание регионального бренда является первым этапом работы по формированию позитивного имиджа территории. Однако не менее важным моментом является постоянное продвижение и поддержание сформированного бренда. В Нижегородской области сложилась эффективная система текущего позиционирования в информационной среде, напрямую определяемого типом и особенностями реализуемой социально-экономической стратегии.

*А.А. Ахматгатин*

## **МОТИВАЦИОННО-ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ЮРИСТА И ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА**

Мотивационно-ценностные ориентации в области физической культуры и спорта являются одним из важнейших компонентов физической культуры личности. Этот компонент подразумевает собой наличие у занимающихся устойчивых мотивов на освоение ценностей физической культуры и эффективное использование их для укрепления здоровья и повышения физической работоспособности.

Формирование мотивационно-ценностных ориентаций личности в отношении ценностей физической культуры и спорта является необходимым компонентом физической подготовки курсантов образовательных учреждений МВД России. Это обусловлено тем, что мотив является стимулом и предметом целенаправленной деятельности. Цели, являющиеся



дифференциальными составляющими мотива, определяют основные составляющие деятельности – действия, условия достижения этих целей обуславливают операции, являющиеся способами осуществления действий [2].

Поскольку эффективное совершенствование физической подготовленности возможно только посредством целенаправленной деятельности, оно невозможно без формирования соответствующей мотивации.

При этом выявлены взаимная зависимость мотивации обучаемых и учебной деятельности, а также возможность направленного изменения мотивации в процессе профессиональной деятельности [5].

Специалистами отмечается, что мотивация представляет собой [1]:

- сложную систему, состоящую из побудительных компонентов и структур, имеющую содержание и внутреннюю организацию;
- явление, имеющее процессуальную динамику, включающее мотивационные циклы, этапы, звенья;
- элемент более сложной метасистемы – деятельности, из анализа функций и механизмов которой можно понять ее сущность;
- функциональную систему, в которой аффективные и когнитивные процессы находятся во внутреннем единстве и взаимном опосредовании;
- психологическую систему, то есть особый вид психических процессов, регулирующих деятельность.

Действия мотивации включают в себя следующие функции: побудительную, селективную, когнитивную, целемоделирующую, смыслообразующую, регулятивную [3]. Основные признаки качеств мотивов это – социально, профессионально и личностно значимые мотивы [4]. Социально значимые мотивы обусловлены тем, что человек является общественным индивидом, субъектом и объектом социальных отношений. Этим обусловлено прямое влияние общественного мнения и общественных ценностей на формирование у индивидов определенных мотивов.

#### **Библиографический список**

- 1.Ежевская, Т.И. Мотивация как фактор формирования специальных способностей: Дис. ... канд. психол. наук / Т.И. Ежевская. – Новосибирск, 1998. – 160 с.
- 2.Леонтьев, А.Н. Деятельность, сознание, личность / А.Н. Леонтьев. – М.: Политиздат, 1975. – 304 с.
- 3.Леонтьев, В.Г. Психологические механизмы мотивации / В.Г. Леонтьев. – Новосибирск, 1992. – 215 с.
- 4.Соловьев, Г.М. Педагогическая технология в формировании физической культуры личности студента: Дис. ... д-ра пед. наук / Г.М. Соловьев. – Ставрополь, 1999. – 388 с.
- 5.Столяров, А.А. Влияние учебной деятельности в военном вузе на формирование мотивации личности: Дис. ... канд. психол. наук / А.А. Столяров. Новосибирск, 2002. – 161 с.

**О.А. Баикаева, Е.Е. Власов**

### **СТАВКА РЕФИНАНСИРОВАНИЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ**

24 февраля нынешнего года ЦБ России снизил ставку рефинансирования на 0,25 процентного пункта, о чём сообщает «Российская газета» [1]. Теперь она составляет 8,5% годовых.

Рефинансирование – это процесс, в течение которого заёмщик выплачивает полученный ранее (уже существующий) кредит с помощью нового кредита. Целью заемщика при рефинансировании, как правило, является возможность получения нового кредита на более выгодных условиях и продление срока кредитования. Основным кредитором по подобной схеме является Центральный Банк РФ. Поэтому под рефинансированием в основном понимают

кредитование Банком России кредитных организаций [2]. При этом ставка рефинансирования (учётная ставка) ЦБ РФ, это процентная ставка, которую он использует при предоставлении кредитов коммерческим банкам. От величины ставки напрямую зависят процентные ставки различных банков по депозитам и кредитам, например, при покупке физическим лицом холодильника в кредит.

Рассмотрим основные области, на которые оказывает непосредственное воздействие ставка рефинансирования.

1. Сдерживание или подстёгивание инфляции. Если в стране растёт инфляция, правительство с Центробанком принимают меры по её сдерживанию, один из которых – увеличение процентной ставки. При этом происходит уменьшение объёма необеспеченных денег. Это мы наблюдали в России в 2008 г. Чтобы решить другие сопутствующие проблемы, ЦБ в благоприятные времена старается уменьшить ставку рефинансирования, что в свою очередь ведёт к наполнению рынка валютой, т.е. инфляция растёт. Так было в благодатных 2005, 2006, 2007гг, это же происходит и в 2009 и в начале 2010 г. [3].

2. Влияние на величину процентных ставок коммерческих банков. Ставка рефинансирования ЦБ является инструментом, с помощью которого Банк России воздействует на процентные ставки по депозитам и кредитам, предоставляемые кредитными организациями юридическим и физическим лицам. Следовательно, изменения ставки рефинансирования влияет на финансовое положение населения. В ситуации, когда понижается ставка ЦБ, с одной стороны выиграют заемщики, а с другой стороны проигрывают вкладчики российских банков, лишаясь, части прибыли от своих вложений. Каждое изменение ставки рефинансирования, это вестник того, что в ближайшем будущем возможны изменения (пересмотры) коммерческими банками процентных ставок по депозитам и кредитам [4]. Снижение ставки рефинансирования благотворно сказывается на экономическом росте, т.к. кредиты становятся доступнее, стимулируя покупательскую активность. Также становится доступнее кредиты для реального сектора экономики, ибо ставки здесь установлены государством и рассчитываются по формуле «ставка ЦБ» + 3% [5]. Если ставка становится ниже уровня инфляции, то вклады в банках обесцениваются. При этом банки замедляют кредиторскую деятельность, т.к. выданные ими кредиты, скорее всего также вернутся обесцененными. Делаем вывод, что ставка рефинансирования должна быть существенно ниже кредитных ставок, но выше усреднённой по всем типам депозитов процентных ставок.

3. Ставка рефинансирования применяется при налогообложении доходов от депозитов, при расчете пени за просрочку уплаты налога или сбора, при расчете налоговой базы, при расчете материальной ответственности работодателя за задержку выплаты заработной платы, при расчете процентов при займе (если в договоре займа не оговорено иное)[6]. В случае задержки выплаты зарплаты минимальная величина компенсации составит 1/300 ставки рефинансирования от не выплаченных в срок сумм за каждый день задержки начиная со следующего дня после установленного срока выплаты по день фактического расчета включительно [7].

Таким образом, ставка ЦБ применяется не только в качестве экономического регулятора, но и является фискальной мерой (расчет налоговых и других штрафов).

8.5% - это много или мало? Приведем для сравнения величины ставок рефинансирования некоторых стран (по состоянию на 2004г.): США - 2.2%, Япония - 0.1%, Канада - 2.5%, Австралия - 5.3%, Великобритания - 4.4%, Швейцария - 0.3%, Россия - 13.9%.

Среднее значение ставки для развитых стран в районе 2-4%, для развивающихся – 8 и более. Обратим внимание на мизерное значение ставки ЦБ в Японии и Швейцарии – в этих странах центробанк проводил политику нулевой учетной ставки.

Ставка рефинансирования ЦБ является основополагающим показателем состояния экономики страны. Такое, казалось бы, сугубо банковское понятие, оказывает огромное влияние на жизнь людей, весьма далеких от банковской деятельности.

#### *Библиографический список*

1. <http://www.rg.ru/2010/02/24/stavka-anons.html> - «Российская газета», рубрика новость дня.
2. <http://www.bankirsha.com/what-can-say-about-rate-of-refinancing.html> - сайт Банкирша.com, статья Определение и понятие ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации (Банка России)
3. [http://ru.wikipedia.org/wiki/Ставка\\_рефинансирования](http://ru.wikipedia.org/wiki/Ставка_рефинансирования) - Википедия, статья «Ставка рефинансирования».
4. [http://ru.wikipedia.org/wiki/Обсуждение:Ставка\\_рефинансирования](http://ru.wikipedia.org/wiki/Обсуждение:Ставка_рефинансирования) – Википедия, обсуждения: ставка рефинансирования.
5. <http://kommentarii.ru/theme.php?f=3&t=2947> – комментарий к теме «ЦБ РФ третий раз за год понизил ставку рефинансирования».
6. <http://www.luxurynet.ru/russian-market/2722.html> - статья «Ставка рефинансирования: экономически-фискальный регулятор».
7. <http://www.r59.nalog.ru/document.php?id=199731&topic=su59> - Журнал «Российский Налоговый Курьер» №17 за 2008 год.

*Е.В. Дубровина, О.А. Башкаева*

## **ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Сегодня одна из главных проблем российского здравоохранения - его финансирование. Эта тема очень актуальна, поскольку в большой степени зависит от социальной политики государства. Очевидно, что средств, выделяемых из бюджета и внебюджетных страховых фондов на содержание и развитие здравоохранения, явно недостаточно. Ситуация в финансировании социальной сферы на уровне федерации, ее субъектов и местных органов самоуправления, требует введения режима экономии и разработки ряда радикальных мер по его осуществлению.

Основной проблемой реализации Программы госгарантий в 2008 г. являлся дефицит ее финансирования, который составил в 49 субъектах РФ 42,8 млрд. руб., при этом остатки финансовых средств на начало 2009 г. на счетах страховых медицинских организаций составили свыше 19 млрд. руб.[1]. В 2010 г. дальнейшего финансового укрепления бесплатной медицины нет. Расходы сохраняются на уровне 2009 г. - это отражено в Программе госгарантий оказания гражданам РФ бесплатной медицинской помощи на 2010 г. «Дополнительно в программу госгарантий включены положения, позволяющие регионам более активно проводить структурные преобразования в здравоохранении, включая развитие амбулаторной помощи и введение одноканального финансирования медицинских организаций на основе экономически обоснованных тарифов» [2].

Система здравоохранения на уровне государственных и муниципальных учреждений за последние годы не претерпела существенных изменений. И государство понимает, что необходимы кардинальные изменения. Иначе не возможно существенно улучшить показатели рождаемости и снизить уровень смертности [5].

Начало изменениям положил нацпроект «Здоровье»: таких масштабных мероприятий в сфере здравоохранения не проводилось уже двадцать лет! Он дал значительный эффект. И это при том, что проект действовал локально, решая только самые наболевшие проблемы. На нацпроект за два года было потрачено из госбюджета 182,1 млрд. руб. Плюс из региональных бюджетов — около 45 млрд. руб. [3].

Но говорить о том, что правительство РФ наконец-то решило кардинально улучшить положение в здравоохранении, все же не приходится, поскольку эти деньги появились вследствие перераспределения средств внутри нищего здравоохранения; их изъяли из субъектов, сконцентрировали на федеральном уровне и дали обратно территориям.

Проблему недостаточного финансирования отрасли не смогла решить и система обязательного медицинского страхования. Основные средства от обязательного медицинского страхования сосредотачиваются в регионах, где наиболее высокая заработная плата, где

наибольшее число работоспособного населения и соответственно меньшая потребность в медицинской помощи.

Уровень финансирования медицинской помощи отличается по стране в десятки раз. Так, максимальные поступления взносов в расчете на одного неработающего человека отмечены на Чукотке - 48 641 руб. (превышение норматива - 2207 руб. - в 22 раза). Минимальные перечисления остаются в Чеченской Республике - 410 руб., Республике Ингушетия - 504 руб. [6].

«Мы ведем выравнивание бюджетов территориальных систем обязательного медицинского страхования, подтягивая «бедняков» хотя бы к необходимому минимуму», - сообщил на совещании территориальных органов ФОМС председатель фонда Андрей Юрин. – «Ситуация улучшится, вероятно, с 2011 г., когда подрастут тарифы на ОМС. Сейчас сумма налоговых поступлений и страховых взносов на ОМС неработающих граждан на одного застрахованного человека составляет 3 тыс. руб. Через год она, предположительно, удвоится» [6].

Что касается системы ОМС, то здесь можно выделить две основные группы проблем. Первые – проблемы, касающиеся системы ОМС как таковой:

- 1) исполнение бюджета территориального фонда ОМС;
- 2) своевременная оплата страховыми организациями оказанных медицинских услуг;
- 3) задолженность страховых организаций перед учреждениями здравоохранения и т.д.

Вторая группа проблем касается достаточности бюджета территориального фонда ОМС для решения задач здравоохранения.

Существующий дисбаланс между государственными обязательствами и реальными финансовыми потоками создает условия дефицитности финансового обеспечения. Бюджет ОМС на 2010 г. принят с дефицитом в 5 млрд руб.

На рабочем совещании в подмосковном городе Клин Президент России обнародовал свое видение реформирования здравоохранения. Он сообщил, что концепция развития страны находится на финальной стадии, и здравоохранению в ней отведен значительный раздел. При этом в числе приоритетных направлений президент считает самыми важными - оказание квалифицированной и своевременной медицинской помощи, результативную профилактику заболеваний [5].

Дмитрий Медведев потребовал внести изменения в систему медицинского страхования в России и «заставить страховые компании реально работать на благо пациента». «Люди по-прежнему идут с претензиями к главврачу или к местной власти, - сказал он. - И далеко не всегда понимают, зачем им нужны страховые компании и полисы. Для большинства людей полисы - это просто бумажки, оторванные от системы охраны здоровья» [5].

Давно назрела необходимость совершенствования законодательства о медицинском страховании и финансировании здравоохранения, которое должно, прежде всего, обеспечить финансирование территориальных программ ОМС в полном объеме и выравнивание финансовых условий оказания медицинской помощи в субъектах РФ.

Необходимо поднять значение полиса медицинского страхования. Он должен стать документом, при наличии которого медицинские услуги должны предоставляться врачом и медицинским учреждением, выбранными человеком. Надо включить в тариф ОМС финансирование профилактики и реабилитации.

Для создания условий и стимулов по увеличению средств, инвестируемых гражданами и работодателями в улучшение здоровья, ключевой задачей является принятие законопроектов, совершенствующих налоговую систему. Необходимо исключить из налогооблагаемой базы расходы граждан и организаций на добровольное медицинское страхование.

Пути решения проблем намечены в Концепции развития здравоохранения до 2020 г. - предусматривается поэтапное увеличение государственного финансирования отрасли; законодательное обеспечение государственных гарантий оказания медицинской помощи.

Минздравсоцразвития представил проект нового федерального закона о медицинском страховании, который вступит в силу уже с 2011 года. Директор Департамента развития медицинского страхования Минздравсоцразвития В.Зеленский заметил, что «система обязательного медицинского страхования повернется в первую очередь к гражданам, а не к фондам ОМС» что закон сможет четко регламентировать права граждан в порядке выбора страховых компаний, а также в праве выбора медицинских учреждений и врачей.

О перспективах развития здравоохранения в РФ говорит замглавы Минздравсоцразвития РФ В. Скворцова в интервью журналу «Итоги»: «В условиях рыночной экономики и политической демократизации мы собираемся сформировать единую солидарную систему обязательного медицинского страхования - это обеспечит гарантии бесплатной медицинской помощи со стороны государства» [4]. Принято решение о поэтапном переходе на одноканальное финансирование системы здравоохранения через систему обязательного медицинского страхования (когда средства медицинским учреждениям поступают не из разных источников, а аккумулируются в системе ОМС и оттуда уже выплачиваются). Это позволит создавать более равные условия для лечения россиян [6].

К 2011 г. в ОМС должно быть сосредоточено около 70% финансовых ресурсов. Консолидированный бюджет позволит более эффективно перераспределять ресурсы здравоохранения. Предусмотрено и увеличение страхового взноса на медицину с 3,1% до 5,1% от фонда оплаты труда. Увеличив страховой взнос на медицинскую помощь, а также установив единые правила формирования взносов за неработающее население, государство сможет выставить базовый для всей страны финансовый подушевой норматив [7,8]. Переход на систему страховых взносов приведет к тому, что объем ОМС значительно увеличится. Планируется выйти к 2020 г. на показатель расходов на медицину не менее 5% от ВВП, рекомендуемых ВОЗ [7].

В период финансовых потрясений реализация этих мер становится особенно актуальной. Ведь это по сути одна из самых значимых антикризисных мер.

#### ***Библиографический список***

1. Доклад о ходе реализации Программы государственных гарантий оказания гражданам РФ бесплатной медицинской помощи в 2008г. Официальный сайт Минздравсоцразвития РФ. Аналитический обзор 9.07.09 г.
2. Официальный сайт Правительства РФ. 02.10.2009г.
3. [www.minzdravsoc.ru](http://www.minzdravsoc.ru) Интервью Татьяны Голиковой "Итогам" 21.07.08г.
4. Астахова, А.А. Полис чудес // «Итоги» №11 от 09.03.2009г.
5. Ильина, Т. В. Уравнять в правах. Цель конкуренции в медицине – здоровье социума. // Вестник государственного социального страхования. - № 10. – С.32. - 2008г. – 14 октября.
6. Грицюк, М. Лечение по правилам и по деньгам // "Российская газета" - Федеральный выпуск №5010 (186) от 2 октября 2009 г.
7. Грицюк М., Смольякова, Т. Весь в белом и денег не берет // "Российская газета" - Федеральный выпуск №5045 (221) от 23 ноября 2009 г.
8. Грицюк, М. Врач в "одном окне"// "Российская газета" - Федеральный выпуск №5035 (211) от 11 ноября 2009 г.

***Н.Е. Жигалова***

### **ФОРМИРОВАНИЕ ПУБЛИЧНОЙ ОТЧЕТНОСТИ О РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ**

Главной целью создания системы информационного обеспечения органов местного самоуправления является формирование информационной основы для реализации функций управления, то есть информационная поддержка процесса подготовки и принятия управленческих решений.

Однако перегруженность системы показателей, попытка охватить абсолютно все сферы деятельности на территории значительно усложняют систему информационного обеспечения муниципалитетов. Сегодня уровень экономической безопасности Америки оценивается по 12 индикативным показателям, России - по 156 показателям, а оценка социально-экономического положения муниципального образования, согласно унифицированной системе, проводится по 1204 показателям. Однако сотни показателей еще не результат эффективности информационного обеспечения.

Важную роль информационное обеспечение играет и в системе стратегического управления территориями.

Международный стандарт публичной отчетности серии АА 1000, разработанный Британским некоммерческим Институтом социальной и этической отчетности и принятый многими ведущими мировыми компаниями, рассматривает понятие обязательства как ключевой элемент любой процедуры отчетности. В соответствии со стандартом АА 1000 субъекты публичной отчетности должны отчитываться о реализации принятых им на себя обязательств.

Это становится особенно актуально в ситуации разделения ответственности между уровнями власти за социальное и экономическое развитие территорий. В соответствии с Законом 131-ФЗ муниципалитет отвечает не за все, а только в пределах своих и делегированных ему полномочий.

Сегодня не существует устоявшихся стандартов подготовки публичной отчетности о ходе реализации стратегии развития муниципальных образований и реализации отдельных программ и проектов в рамках стратегии. В то же время есть несколько подходов к подготовке отчетности, которые могут быть взяты за основу.

*Первый подход* – классический отчет о социально-экономическом развитии муниципалитета. Такие отчеты, как правило, опираются на показатели и данные государственной статистики и описывают действия, совершенные отчитывающейся структурой. Такие отчеты содержат официальные данные, которые, как правило, появляются со значительным отставанием (1-2 года) и не отражают краткосрочных процессов и достижений. Описывая совершенные работы и затраченные усилия, такие отчеты часто очень мало говорят о достигнутых результатах. Кроме того, подобные отчеты часто не отражают важных для местного сообщества и заинтересованных лиц изменений в условиях жизни и бизнеса в муниципалитете (государственная статистика не фиксирует эти показатели) и не отражают изменений в мышлении и сознании ключевых субъектов развития муниципального образования.

*Второй подход* – отчет на основе системы принятых органами местного самоуправления обязательств. Идеология такого подхода описана в международном стандарте процесса подготовки публичной отчетности АА 1000. В соответствии с этой логикой подготовка отчетности есть процесс, непрерывно сопровождающий деятельность. Этот процесс состоит из фиксации системы обязательств в самом начале работ, согласовании ее заинтересованными сторонами, сборе информации об исполнении обязательств в процессе реализации стратегии, проектов и программ, верификации этой информации и публикации отчетной информации в сроки и в формах, согласованных с заинтересованными сторонами.

Следование данной логике может обеспечить широкое участие заинтересованных сторон в реализации стратегии, высокий уровень доверия к органам местного самоуправления со стороны заинтересованных лиц, снижение вероятности сбора ненужной информации. Значимым частным случаем и примером применения данной логики является внедряемая Министерством Финансов РФ процедура подготовки и предоставления докладов о реализации основных направлений деятельности (ДРОНД) распорядителей бюджетных средств.

*Третий подход* – попытка выработать современную, важную и понятную для многих заинтересованных лиц универсальную систему показателей, по которым могли бы отчитываться разные муниципалитеты, и которая позволила бы сделать эти отчеты сравнимыми и сопоставимыми друг с другом.

Одной из известных попыток построения подобной системы показателей и индикаторов является "Руководство по отчетности в области устойчивого развития" (руководство GRI), созданной в рамках программы ООН по устойчивому развитию.

Руководство содержит общие методические принципы подготовки отчетности и систему отраслевых приложений, содержащих наборы показателей, по которым могут собирать и предоставлять информацию организации, занимающиеся различными видами деятельности. Отдельное приложение есть и для органов публичной власти. Подготовка отчетов на основании руководства GRI становится достаточно популярной в мире. Отчеты уже подготовили и опубликовали многие коммерческие компании и органы местного самоуправления.

Слабой стороной этого подхода является довольно высокая трудоемкость, необходимость собирать данные, которые, как правило, муниципалитетами не накапливаются, а также некоторая отстраненность от местной ситуации, возникающая из-за освещения вопросов, важных с точки зрения ООН, но не актуальных для самого муниципалитета и местного сообщества.

*О.В. Жирова, М.В. Липенков, Д.В. Башкаев*

## **ПРАВОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Недостаток стимулов к инновациям у частного бизнеса – одна из основных причин отставания России в области разработки новейших технологий. С целью ускорения внедрения инноваций и повышения инновационной активности отечественного бизнеса правительство страны должно уделять больше внимания развитию инновационной среды и повышению ее роли в деятельности предприятий.

Государство разрабатывает специальные программы развития нововведений, в которых рассматриваются как прямые, так и косвенные инструменты стимулирования инновационной деятельности. К прямым инструментам стимулирования инновационной деятельности можно отнести налоговые льготы. К косвенным – защиту интеллектуальной собственности. Совершенствование косвенных методов стимулирования нововведений, а именно, защита интеллектуальной собственности необходима и для решения проблемы стратегической безопасности страны, населения, будущих поколений.

Главным отличием интеллектуальной собственности является то, что это продукт, имеющий невещественную форму. Поэтому главную особенность научного продукта представляет такая его характеристика, как право собственности. Защита интеллектуальной собственности является важным шагом для предотвращения потенциальных нарушений и стимулом к инновационной деятельности. Защита интеллектуальной собственности является одним из ключевых моментов инновационной деятельности, поскольку дает возможность компаниям получать прибыль от нововведений. Состояние такой защиты может как стимулировать, так и сдерживать эту деятельность.

Особое внимание следует уделить промышленной собственности, как составной части интеллектуальной собственности, которая характеризуется тем, что ее объекты находят применение в производственной деятельности (изобретения, промышленные образцы, полезные модели). Особенность промышленной собственности – важность содержания, а не формы выражения. В связи с этим необходимо наличие охранного документа, который удостоверит первенство создателя. Исключительное право на объекты промышленной собственности основывается на специальном охранном документе – патенте. По мнению Х.А. Леонтьева, «патенты на промышленную собственность как особый вид монополии предпринимательства появились более пятьсот лет назад и в отличие от всех прочих видов монополии не только сохранились, но и приобрели впоследствии статус наиболее признанного и поощряемого в бизнесе фактора развития экономики. Сегодня права на результаты творчества превратились в наиболее эффективный инструмент получения сверхприбыли в бизнесе и, в то же время, стали

мощным инструментом знаний» [1]. Патенты действуют в течение определенного срока, по окончании которого объекты промышленной собственности становятся общественным достоянием, т.е. могут использоваться без согласия правообладателя и без выплаты вознаграждения [2]. Патентная система охватывает все стадии разработки нового продукта, от фундаментальных исследований до маркетинга. Патент содержит информацию о потенциальных успехах и реальных перспективах тех или иных исследований, что служит основой для координации частных исследовательских проектов и позволяет конкурирующим предприятиям распределять ресурсы более рационально.

Ущерб, причиненный предприятию вследствие незаконного использования сведений, составляющих коммерческую тайну, может быть очень велик. До недавнего времени для сохранения конкурентного преимущества многие предприятия скрывали свои разработки и не патентовали свои ноу-хау. В связи с этим был разработан Федеральный закон от 29 июля 2004 г. № 98-ФЗ «О коммерческой тайне». В настоящее время механизм реализации ограничения доступа к информации, представляющую коммерческую тайну, на законодательном уровне урегулирован. Это облегчает охрану коммерческой тайны органами государственной власти [3].

В ст. 44 Конституции РФ провозглашено, что «интеллектуальная собственность охраняется законом», а в ст. 71 Конституции сказано, что правовое регулирование интеллектуальной собственности отнесено к ведению Российской Федерации [4]. Фиксация права интеллектуальной собственности в Конституции РФ означает, что государство принимает на себя обязанность обеспечить своим гражданам эффективные средства защиты этого права.

Всемирная организация интеллектуальной собственности распространила следующую информацию об интеллектуальной собственности для предпринимательства. «Почти ежедневно на рынке появляются новые продукты, торговые знаки и промышленные образцы, являющиеся результатом постоянной новаторской и творческой деятельности человека. Однако они не всегда используются в полной мере, из-за незнания о защите интеллектуальной собственности. Оставленная без охраны интеллектуальная собственность может быть утрачена в пользу конкурентов, оставляя первоначального изобретателя или автора без какой-либо финансовой выгоды или вознаграждения. Адекватная защита интеллектуальной собственности какого-либо предприятия является важным шагом преобразования идей в деловые активы с реальной рыночной стоимостью. Всестороннее использование системы интеллектуальной собственности позволяет предприятиям получать выгоду от своей инновационной и творческой деятельности, что поощряет и помогает финансировать последующее новаторство...» [5].

Воздействие государства в сфере защиты интеллектуальной собственности, вопросы о правовом обеспечении этой защиты, а также другие аспекты охраны интеллектуального труда, особенно в инновационных продуктах, приобретает большую актуальность. Объекты интеллектуальной собственности как результаты инновационной деятельности усиливают инновационную позицию страны. Эффективное использование и коммерциализация объектов интеллектуальной собственности способствует переходу России к инновационному развитию. Интеллектуальная собственность является непрерывно возобновляемым ресурсом, в котором нуждаются все граждане России.

#### ***Библиографический список***

1. Леонтьев, Х.А. Основы оценки интеллектуальной собственности в России/ Х.А. Леонтьев. - М.: ИННЦ Роспатента, 2000.- 108с.
2. Инновационная деятельность МП [Электронный ресурс]: Портал дистанционного консультирования малого предпринимательства: <http://www.dist-cons.ru/modules/innova/section8.html>
3. Российская Федерация. Закон о коммерческой тайне: федер. закон от 29 июля 2004 г. №98-ФЗ: принят ГД РФ 09.07.2004г. СФ РФ 15.07.2004г.: с изм., вступившими в силу 24.07.2007// Гарант-Сервис.
4. Конституция Российской Федерации.



*К.Е. Кулагина*

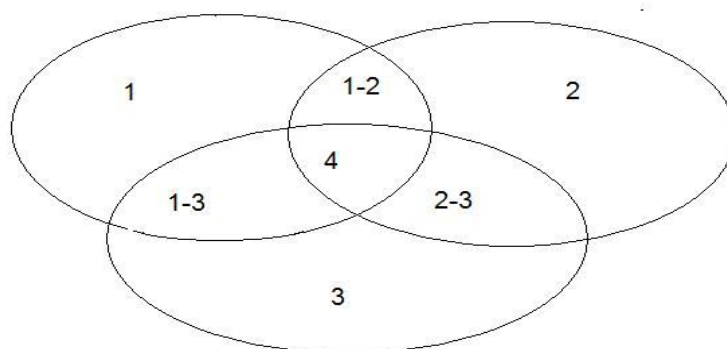
**РОЛЬ КОММУНИКАТИВНЫХ СЕТЕЙ В ФОРМИРОВАНИИ  
И РАЗВИТИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ВЛАСТИ, МАЛОГО И СРЕДНЕГО  
БИЗНЕСА В СТРОИТЕЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ  
РЕГИОНА И ОБЩЕСТВА**

На современном этапе социально-экономического развития России одним из главных факторов, определяющих перспективы российского общества и государственности, является не политика и даже не экономика, а культура взаимоотношений государства, бизнеса и общества.

В этой связи особого внимания как в теоретическом, так и практическом аспектах заслуживают проблемы формирования гражданского общества, эффективного государства и социально ответственного бизнеса, а также взаимоотношения власти, бизнеса и общества, то есть развитие коммуникативных сетей.

Во многих странах мира отношения между властью, бизнесом и обществом являются мощным источником развития экономических систем и решения социальных проблем. Страны с развитой рыночной экономикой имеют большой позитивный опыт использования социального партнерства. Учитывая огромный опыт, накопленный Международной организацией труда, можно уверенно считать социальное партнерство надежным и апробированным социальным механизмом, способствующим экономической стабильности и развитию.

Под бизнесом, как субъектом взаимодействия с властью, понимается совокупность предпринимательских структур (от индивидуальных предпринимателей до общенациональных интегрированных бизнес-групп), ведущих хозяйственную деятельность на рынке в целях извлечения «частных» коммерческих выгод. По экономическим показателям бизнес делится на малый, средний и крупный. Рассмотрим взаимодействие власти и общества с малым и средним бизнесом в строительстве на примере модели распределения зоны ответственности и взаимных интересов региональных органов управления, малого и среднего бизнеса в строительном комплексе региона и населения (рис.1.).



**Рис. 1. Модель распределения зоны ответственности и взаимных интересов региональных органов управления, малого и среднего бизнеса в строительном комплексе региона и населения.**

1. Зона интересов и ответственности региональных органов управления: эффективная бюджетная политика; обеспечение равных возможностей доступа к региональным ресурсам; регулирование тарифов на энергоносители; контроль качества производимых бизнес-структурами работ, услуг; контроль за соблюдением законодательства и т.д.

2. Зона интересов и ответственности малого и среднего бизнеса в строительном комплексе региона: организация хозяйственной деятельности без вмешательства государства (ценообразование, выбор технологий, выбор рынков сбыта); установление некоммерческих, партнерских взаимоотношений между предприятиями; производственная кооперация; производственная специализация; выработка инвестиционных и инновационных программ и т.д.

3. Зона интересов и ответственности населения: повышение качества жизни; рост реальных доходов; равный доступ к социальным благам; материальная ответственность на рабочем месте; приверженность региональной культуре; выполнение моральных и законодательных норм и правил и т.д.

1-2. Совместная зона интересов и ответственности власти и малого и среднего бизнеса в строительном комплексе региона: стабильность и развитие деятельности малых и средних строительных предприятий; обеспечение занятости на малых и средних строительных предприятиях; повышение производительности труда в области строительства; применение новых технологий в области строительства и т.д.

1-3. Совместная зона интересов и ответственности власти и общества: разработка стратегического плана развития области; решение социальных задач; лоббирование региональных интересов на федеральном уровне; выработка интересов в области инновационной политики; инновации в кадровой политике; стимулирование развития финансовой, деловой, транспортной инфраструктуры и т.д.

2-3. Совместная зона интересов и ответственности малого и среднего бизнеса в строительном комплексе региона и населения: обеспечение безопасности строительного процесса; внедрение инновационных технологий; рост производительности труда; повышение качества строительных работ; обеспечение качественными строительными работами по доступным ценам; обеспечение качественным жильем по доступным ценам; обеспечение финансовой устойчивости предприятий в условиях кризиса и т.д.

4. Зона совместных интересов и взаимной ответственности органов управления, бизнеса и населения: выполнение программ развития малого и среднего предпринимательства в г. Нижнем Новгороде на 2009-2011 гг.; концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г.; строительство социального жилья малыми и средними строительными предприятиями; формирование транспортной инфраструктуры с участием малых и средних строительных предприятий; промышленное строительство малыми и средними строительными предприятиями; увеличение доли участия малых и средних строительных предприятий в федеральных целевых программах; увеличение доли участия малых и средних строительных предприятий в размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд; полная и своевременная выплата налогов и обеспечение достойного уровня заработной платы сотрудникам и т.д.

Рассмотрев социальное партнерство как технологию взаимодействия власти, бизнеса и общества в России можно сделать следующий вывод, что все три субъекта необходимы друг другу и неразрывно связаны между собой. Развивая гражданское участие в решении социальных проблем местных сообществ, можно не только решать проблемы, но вовлекать при этом в эту работу тех, кому эти проблемы наиболее близки. Таким образом, можно привлечь значительные силы людей заинтересованных и равнодушных, а также ресурсы тех организаций, которые примут участие в реализации проектов, а также экономические, политические, административные, информационные ресурсы, которыми располагает власть.

Резервом для развития социального партнерства является поддержка и развитие малого и среднего бизнеса в строительном комплексе региона, в частности, увеличение доли участия малых и средних строительных предприятий в федеральных целевых программах и в

размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд, льготное налогообложение и кредитование. Это невозможно без быстрого, интенсивного и продуктивного развития коммуникативных сетей. Согласно законодательству, 10%-15% от общего объема заказов приходится на малое и среднее предпринимательство в строительной отрасли. Этого конечно не достаточно для быстрого и конструктивного развития малого и среднего бизнеса в строительстве. Необходимо увеличить долю участия малых и средних строительных предприятий в размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд до 30%-45% от общего объема заказов.

Основой социальной стабильности государства является тесное сотрудничество государства и гражданского общества в выработке и осуществлении государственной социальной политики во всей ее полноте. Предпосылкой такого сотрудничества является опора на социально ответственный бизнес и развитую коммуникативную сеть. Именно соблюдение принципов корпоративной социальной ответственности, информационной прозрачности компаний, глобализации коммуникаций позволит говорить о бизнес-сообществе, как о надежном и серьезном партнере государства в решении задач социально-экономической политики.

#### ***Библиографический список***

1. Нижний Новгород. Постановления Городской Думы. «Программа развития малого и среднего предпринимательства в городе Нижнем Новгороде на 2009-2011 годы» от 04.06.2009 № 2484 [Электронный ресурс]: - Режим доступа Консультант Плюс. Законодательство. ВерсияПроф.

2. Российская Федерация. Законы. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации от 24.07.2007 № 209-ФЗ [Электронный ресурс]: - Режим доступа Консультант Плюс. Законодательство. ВерсияПроф.

3. Российская Федерация. Законы. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд от 17.07.2009 № 164-ФЗ [Электронный ресурс]: - Режим доступа Консультант Плюс. Законодательство. ВерсияПроф.

4. Францева-Костенко, Е.Е. Формирование организационного механизма разработки и реализации стратегического планирования развития региона. Специальность 08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика). Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. эконом. наук. Нижний Новгород, 2009.

***К.Е. Кулагина***

### **ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СЕТЕЙ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИИ**

Основными чертами строительства как специфической отрасли материального производства являются:

- техническая и организационная сложность сооружаемых объектов;
- длительность строительного цикла;
- сложность производственного процесса;
- разновидность видов работ и технологических процессов строительного производства;
- необходимость масштабного инвестиционного обеспечения, что обуславливает необходимость системного рассмотрения капитального строительства в составе единого инвестиционно-строительного комплекса.

Капитальное строительство – это сложный многофакторный процесс, требующий взаимодействия множества организаций и значительных трудовых затрат, ресурсов, финансов в течении длительного времени.

В инвестиционно-строительном комплексе функционирует ряд субъектов: инвестор, подрядчик, заказчик, пользователь объекта, застройщик, проектировщик.

Перед участниками инвестиционно-строительного рынка ставятся задачи обеспечения эффективного совместного функционирования, взаимосвязи с предприятиями стройиндустрии, подрядными организациями, задействованными в реализации - технологической цепочки. Бизнес-субъекты различны по характеру деятельности, потребности в инвестициях и ресурсном обеспечении продолжительности плановых периодов и производственным процессам.

Гармонизация целей и задач предприятий, являющихся участниками единой технологической сети, является очень сложной и многовариантной задачей. Наиболее целесообразны два подхода к ее решению:

- создание диверсификационных строительных компаний;
- создание предпринимательских сетей.

Стратегия диверсификационной строительной компании включает такие мероприятия как:

- создание и управление хозяйственным портфелем структурных подразделений корпорации (приобретение компаний, укрепление существующих деловых позиций, прекращение деятельности, несоответствующей управленческим планам);
- достижение синергизма среди родственных структурных подразделений и превращение его в конкурентное преимущество;
- установление инвестиционных приоритетов и направление корпоративных ресурсов в наиболее привлекательные сферы деятельности;
- разработку мер, направленных на усиление конкурентоспособности и сохранение конкурентных преимуществ;
- формирование механизма реагирования на внешние изменения;
- объединение стратегических действий основных функциональных подразделений;
- усилия по решению специфических вопросов и проблем компании.

Необходимо отметить, что в российском строительном бизнесе наблюдаются разные варианты интегрального роста. Интеграционный рост может осуществляться в следующих формах.

*Горизонтальная интеграция* с другими бизнес-субъектами аналогичного профиля и получение дополнительных преимуществ за счет сокращения конкуренции.

Диверсификация в рамках *вертикальной интеграции*:

- регрессивная интеграция: покупка или постройка под жесткий контроль предприятий-поставщиков строительных материалов и подрядчиков;
- прогрессивная интеграция: приобретение или постройка под жесткий контроль риэлторских и рекламных компаний, формирование собственной системы реализации построенного жилья.

Базовой мотивацией в деятельности строительной организации является возможности её выживания в условиях противостояния факторов микросреды (формирующейся в пределах организационной структуры строительной организации), адаптации к воздействию факторов макросреды (общие экономические, экономико-правовые, социально-демографические, научно-технические и другие) и наращивание потенциала конкурентного преимущества за счет более эффективного управления внутренними факторами.

Предпринимательская сеть представляет собой комплекс бизнес-единиц (сетевых партнеров), которые функционируют самостоятельно в режиме взаимодействия со своими сетевыми партнерами. Он осуществляют свою производственно-хозяйственную деятельность с определенной степенью согласованности, вырабатывая тактические и стратегические управленческие решения, общие для всех участников предпринимательской сети. Предпринимательская сеть выступает как объект управления.

Происходит формирование единого информационного пространства и тем самым появление новой информации, которая становится движущей силой деловой активности предприятия строительной отрасли.

Задачи, которые ставят бизнес-единицы при их вхождении в предпринимательскую сеть, могут быть следующими: выживание, увеличение прибыли, дальнейшее развитие.

Классификационные параметры предпринимательских сетей: потенциал, цели создания, направления взаимодействия, отраслевая принадлежность, степень участия в капитале, уровень корпоративного управления, территориальное размещение, наличие лидера, количество участников, инструмент взаимодействия, время существования.

Совокупность субъектов предпринимательской деятельности образуют систему предпринимательства, в которую входят:

- крупные организации;
- средние предприятия (предельное значение выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета НДС – 1000 млн рублей), (численность 101 - 250 чел.);
- малые предприятия (предельное значение выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета НДС – 400 млн рублей), (численность до 100 чел.);
- микропредприятия (предельное значение выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета НДС – 60 млн рублей).
- предприниматели без образования юридического лица (ПБОЮЛ).

В настоящее время малые предприятия ведут свою деятельность во всех отраслях экономики г. Нижнего Новгорода и являются неотъемлемым элементом современной системы хозяйствования. В 2008 году в бюджет города от субъектов малого бизнеса поступило 23,44% от общей суммы налоговых поступлений. Также следует отметить увеличение численности занятых - на 01.01.2009 г. количество работающих в сфере малого и среднего бизнеса превысило 223 тысячи человек, что составляет более 30% от общего количества трудоспособного населения города Нижнего Новгорода. По данным отдела государственной статистики города Нижнего Новгорода территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области, на 01.01.2009 г. в Нижнем Новгороде осуществляли деятельность 485 средних предприятий всех форм собственности, на 01.01.2008 г. – 235, на 01.01.2007 г. – 206, на 10.01.2006 г – 199 бизнес-единиц. Показатель численности работников этих предприятий составил 70470 человек. На 01.01.2009 г. наибольшее количество занятых на предприятиях субъектов среднего предпринимательства было зафиксировано в сферах обрабатывающего производства - 23,3%, оптовой и розничной торговли - 22,4%, операциях с недвижимым имуществом - 13,5%, к сожалению в строительстве - 15,3%, финансовой деятельности - 7,5%, транспорта и связи - 6,2%.

По состоянию на 01.01.2009 г. в Нижнем Новгороде осуществляли деятельность 10329 экономически активных малых предприятий (организаций) на 01.01.2007 г. – 10002 ед., на 01.01.2006 г. – 10566 ед.

Анализ сложившейся отраслевой структуры малого предпринимательства на 01.01.2009 г. свидетельствует о преимущественном развитии его в сфере торговли и общественного питания, что объясняется быстрой окупаемостью вложенных средств и наиболее стабильным потребительским спросом. Наибольшее количество малых предприятий - 41% - приходится именно на эту отрасль, а также на отрасли операций с недвижимостью - 23,4%, строительство - 12,2% и обрабатывающие производства - 9,9%.

В группу субъектов малого предпринимательства входят малые предприятия и индивидуальные предприниматели. Число субъектов малого предпринимательства на 01.01.2009 г. – 40650 ед., на 01.01.2008г. – 38892 ед., на 01.01.2007 г. – 38476 ед.

Необходимо развивать строительную отрасль с участием малых и средних предприятий, так как их доля недостаточна для быстрого и эффективного развития этой отрасли. Для этого в эпоху глобальных коммуникаций нужно создавать предпринимательские сети в строительном комплексе региона, что благотворно отразится на всей строительной отрасли в целом.

Предпринимательские сети в строительстве позволят в период экономического кризиса выжить предприятиям (избежать или минимизировать грядущие потери), улучшить свой финансовый результат (снизить производственные и закупочно-сбытовые издержки или увеличить строительство и продажу строительных объектов бизнес-единицы), ускорить дальнейшее развитие (выбор эффективных стратегий бизнеса, проектирование нового объекта строительства и разработка новых направлений деятельности и создание базы для его реализации). Предпринимательские сети помогают сформировать эффективные, конкурентно-способные и прочные экономические связи, что положительно отразится на всей экономике России.

Создание и развитие предпринимательских сетей актуально для предприятий любых отраслей, осуществляющих любые виды деятельности.

#### ***Библиографический список***

1. Асаул, А.Н., Скуматов, Е.Г., Локтева, Г.Е. Предпринимательские сети в строительстве / под ред. А.Н. Асаула. – СПб.: «Гуманистика», 2005.-256 с.
2. Нижний Новгород. Постановления Городской Думы. «Программа развития малого и среднего предпринимательства в городе Нижнем Новгороде на 2009-2011 годы» от 04.06.2009 № 2484 [Электронный ресурс]: - Режим доступа Консультант Плюс. Законодательство. ВерсияПроф.
3. Российская Федерация. Законы. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации от 24.07.2007 № 209-ФЗ [Электронный ресурс]: - Режим доступа Консультант Плюс. Законодательство. ВерсияПроф.
4. Российская Федерация. Постановления Правительства. О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства от 22.07.2008 № 556 [Электронный ресурс]: - Режим доступа Консультант Плюс. Законодательство. ВерсияПроф.
5. Отдел государственной статистики города Нижнего Новгорода территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области [Электронный ресурс]: - Госкомстат Нижнего Новгорода.

***А.Л. Мазин***

### **ВЛИЯНИЕ РОССИЙСКОГО КРИЗИСА НА ВЗАИМООТНОШЕНИЯ РАБОТОДАТЕЛЕЙ И РАБОТНИКОВ**

Кризис, начавшийся в конце 2008 года, вполне может носить *L*-образный характер; многие фирмы еще долго будут испытывать серьезные трудности, и это отразится на различных аспектах трудовых отношений. Их участниками являются наниматели и наемные работники; в качестве субъектов подобных отношений могут выступать профсоюзы; в них непременно участвует, хотя и опосредованно, государство.

Наниматели и работники являются участниками конкуренции на рынке труда. Она ведется: между наемными работниками за рабочие места и должности; между работодателями – за работников (особенно высококвалифицированных и/или продуктивных); между работодателями и наемными работниками или профсоюзами – за условия найма. На соотношение сил работников и нанимателей влияют многочисленные факторы – внешние и внутренние.

*Макроэкономические факторы:* общее состояние мировой и национальной экономики; темпы экономического роста; инвестиционный климат; уровень инфляции; состояние кредитно-денежной сферы; уровень налогообложения; характер конкуренции; уровень политической стабильности.

*Региональные факторы:* экономическое положение в регионе (уровень жизни населения региона, развитие транспортной и информационной инфраструктуры, наличие

экспортоориентированного производства); состояние регионального рынка труда (уровень деловой активности и безработицы, наличие градообразующих предприятий, миграционная ситуация в регионе); инфраструктура рынка труда (государственная служба занятости, частные структуры трудового посредничества); уровень политической стабильности в регионе.

*Отраслевые факторы:* экономическое положение отрасли (характер конкуренции, входные барьеры, спрос, предложение, инвестиции); конкурентоспособность продукции на внутреннем и международном рынках; уровень господдержки и госрегулирования;

*Институциональные факторы:* трудовое законодательство; правоприменительная практика (включающая систему принуждения к исполнению законов и трудовых контрактов); государственные и общественные организации; профсоюзы; трудовая дискриминация; уровень коррупции; традиции общества, влияющие на трудовые отношения.

*Внутренние (внутрифирменные) факторы* – на стороне нанимателя: экономическое положение организации (фирмы); уровень материального вознаграждения; качество применяемого капитала; характер и условия труда; статус работы; возможности карьерного роста сотрудников; сила профсоюза.

*Внутренние факторы* – на стороне работника: образование; профессиональный опыт; здоровье; продуктивность труда; репутация; потенциал трудовой мобильности; связи; личностные качества (трудолюбие, инициативность, организаторские способности, порядочность, вредные привычки и др.); другие факторы (внешние данные, возраст, пол, национальность, сексуальная ориентация, наличие регистрации и т.п.).

Существует прямая связь между: а) конкурентоспособностью организации на рынке труда и ее успехами в привлечении и удержании высокопродуктивных сотрудников; б) конкурентоспособностью работника и его трудовым вознаграждением, условиями труда.

Соотношение сил российских работников и нанимателей в последние годы в разных сегментах рынка труда было разным. В докризисные годы сложилась ситуация, получившая название *зарплатного пузыря*. Фирмы переманивали друг у друга квалифицированных менеджеров и специалистов, предлагая им все более весомый компенсационный пакет. В результате у работника возникало завышенное представление о своей ценности (и цене) на рынке труда. Впрочем, уже осенью 2008 года этот пузырь начал быстро сдуваться.

В целом же на российском рынке труда, особенно вдалеке от столицы и в отраслях, не связанных с добычей нефти и газа, значительно чаще наблюдалась (и наблюдается) иная картина: во взаимоотношениях работников и нанимателей конкурентные позиции работников значительно слабее. Даже в нулевые годы, в условиях высокого спроса на рабочую силу на многих частных предприятиях рабочий день длился 10-12 часов; сверхурочная работа, а также работа в ночные смены, выходные и праздничные оплачивалась в одинарном, а не двойном размере; прекращение трудовых отношений не сопровождалось выплатой выходного пособия; оплата отпуска и всех компенсаций и пособий (в том числе по беременности и родам) осуществлялась исходя из «белой» зарплаты. Власть работодателей над работниками проявлялась не только в занижении заработной платы, но и в ее задержках (особенно в 90-е годы), в консервации опасных условий труда; в сознательном искажении информации о качестве рабочих мест; в установлении жестких требований к внешнему виду персонала; в хамстве и проявлении насилия и т.п. Особенно тяжелой проблемой многие годы является крайне низкий уровень заработной платы в бюджетном секторе экономики.

Кризис существенно повлиял на взаимоотношения нанимателей и работников, заметно ослабив позиции последних. Произошло снижение спроса на труд и увеличение предложения труда; у многих работников снизился уровень зарплатных притязаний. Продолжаются увольнения. Наблюдается прирост неполной занятости. Получили развитие увольнения по соглашению сторон, хотя, как и в 90-е годы, преобладают увольнения по собственному желанию.

В условиях кризиса неизбежно обострилась *проблема риска*. Рискуют обе стороны. Работник, устраиваясь на новое место работы, подчас не знает, с какими сложностями столкнется. У работодателя на этапе найма персонала возникает желание получить информацию

о претенденте на рабочее место. При этом важную роль играет диплом о высшем образовании – показатель не только знаний и квалификации, но и способностей человека, его личных качеств. Но в России широко распространены суррогатные образовательные услуги; часто встречаются поддельные дипломы. Фирма также рискует при осуществлении профессиональной подготовки и переподготовки работников, поскольку обученный работник может уйти к другому работодателю.

Получение зарплаты «в конверте» усиливает зависимость работников от самодурства работодателей. В то же время трудовые качества многих из них столь низки, что у нанимателя велик риск «нарваться» на лентяя, пьяницу и вора. В кризис особенно возрастает опасность хищений со стороны сотрудников.

Опасна потеря репутации работодателя в глазах сотрудников организации. Хорошая репутация фирмы, связанная с выполнением обязательств перед работниками и хорошими условиями труда, скорее привлечет в нее более квалифицированных, грамотных и ответственных работников. Потеря же репутации приведет к тому, что организации придется мириться с невысокой производительностью труда работников или больше платить хорошим работникам для того, чтобы привлечь их к работе и удержать от ухода. Многие работодатели, которым кризис дал возможность ухудшить положение своих сотрудников, не учитывают, что впоследствии, когда наступят лучшие времена, потеря репутации может обойтись достаточно дорого.

Много бед приносит российская традиция насильственного разрешения противоречий. Вместо поиска компромисса российский работодатель склонен «продавливать» выгодное лишь для себя решение, подавляя работника, игнорируя его интересы. К сожалению, российские профсоюзы столь слабы, а их деятельность носит столь формальный характер, что они почти не оказывают существенного влияния на трудовые отношения. Между тем, объективная потребность в профсоюзах в период кризиса особенно возрастает.

Очевидно, что государство должно осуществлять активную политику на рынке труда. Но ему следует бороться не столько с увольнениями работников в период кризиса (эта борьба может привести многие предприятия к банкротству), сколько за создание новых рабочих мест – прежде всего в новом частном секторе. Пока помощь получает лишь крупный бизнес (в первую очередь – банковский); поддержка малого и среднего бизнеса, как и все предыдущие годы, происходит лишь на словах. Мировой опыт показывает, что это – серьезная ошибка. И ее надо исправлять как можно быстрее.

*А.А. Мазина*

## **ИННОВАЦИОННЫЙ ТРУД КАК ФАКТОР ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСА**

В настоящий момент наша экономика находится в глубоком системном кризисе, когда исчерпаны прежние возможности развития. В ближайшее время не предвидится существенного роста ранее снизившегося спроса на энергоресурсы, составляющие основную часть российского экспорта и в значительной части формирующие доходы бюджета. В связи с этим на первый план выходит проблема поддержки инновационных отраслей и передовых технологий, способных перевести экономику на интенсивный путь развития.

Инновационная экономика может развиваться за счёт не какого-либо одного фактора производства, но только всех в совокупности. Таким образом, каждый фактор должен носить инновационный характер и их взаимодействие – тоже, то есть должны использоваться передовые технологии управления. Уместно вспомнить, что предпринимательскую способность, которая во многом и есть организация этого взаимодействия, выделяют как отдельный и важный фактор производства.



Преодоление кризиса и развитие конкурентоспособных секторов экономики требует комплексной инновационности всех факторов производства. В последнее время большое значение уделяют технологическим факторам, но налицо глубокая недооценка человеческого капитала, в том числе управленческого, то есть, и труда как такового, и организационной деятельности.

Инновационный труд – это в первую очередь труд продуктивный, способный взаимодействовать с новыми технологиями. Работник, который может и хочет осуществлять инновации – это одно из условий инновационного развития. Поэтому всё, что связано с развитием человеческих ресурсов, является фактором инновационных изменений. И в этом развитии первостепенное значение имеет стимулирование таких качеств, как самообучение, стремление к новому, умение экспериментировать и воплощать в реальную жизнь результаты экспериментов. Именно на это нужно направлять усилия и в самом производстве, и в процессе подготовки к нему работников.

В обществе необходимо формировать работников, склонных к инновациям. Это задача не только рынка труда, но и той сферы, где закладываются качества работника. А это и образование, и повышение квалификации.

Проблема повышения квалификации персонала для России – застарелая и болезненная, имеющая глубокие корни и причины институционального характера, разнообразная по своим проявлениям и последствиям. В России очень немногие компании «выращивают» кадры. Из-за отсутствия действенной системы формальных контрактов для работодателей нередко становится слишком рискованно, а потому и нецелесообразно реализовывать масштабные программы повышения квалификации и подготовки кадров. Обычно работодатели предпочитают «купить готового» работника. При этом сами работодатели отмечают недостаточную подготовку работников как явление, оказывающее явно выраженный негативный эффект на развитие экономики. Согласно последнему опросу ЕБРР среди российских предприятий, недостаточная образованность рабочей силы является фактором, препятствующим развитию бизнеса. В среднем уровень значимости данного фактора опрошенные оценивали как серьёзный [1]. Опросы Института экономики переходного периода, проведенные в октябре 2007 г., показали, что 39% опрошенных компаний недостаток квалифицированных кадров считают основным сдерживающим фактором на пути расширения производства. Примерно на половине предприятий машиностроения наблюдается острый дефицит квалифицированных кадров и молодых специалистов. В технологически сложных производствах (почти на 2/3 предприятий, НИИ и КБ) средний возраст рабочих и инженеров превышает 60 лет, а научных работников приближается к 70 годам [2].

Каковы же могут быть пути повышения инновационного потенциала российских работников?

Во-первых, молодым работникам, в особенности – важным технических специальностей, нужно обеспечивать возможность получать полноценное и отвечающее требованиям рынка труда образование, а затем – помогать находить работу. Должны создаваться стимулы для работодателей принимать молодых специалистов; следует позаботиться о дополнительных возможностях трудоустройства для самих выпускников. Пути решения этих задач могут быть различными: налоговые льготы, создание государственно-частных партнёрств, развитие уже начавшейся практики по основанию малых предприятий при вузах. Это может быть и организация полноценной практики и стажировок студентов высших и средних специальных учебных заведений без отрыва от учёбы. Такая практика позволит им к моменту выпуска быть готовыми к работе и при этом не жертвовать для получения опыта учёбой, то есть будут решаться сразу две острые на сегодняшний момент проблемы.

Во-вторых, необходимо повышение эффективности формальных институтов рынка труда, в частности, контрактной системы, недостаточная действенность которой на сегодняшний момент препятствует развитию системы повышения квалификации. Вопрос обучения работников достаточно подробно отражён в Трудовом кодексе, однако до сих пор нет сложившейся практики законного разрешения разногласий и конфликтов, как нет и доверия к

органам государственного регулирования. До тех пор, пока эта проблема хотя бы не начнёт решаться, многие работодатели будут рассматривать развитие системы переподготовки кадров как неоправданно рискованное мероприятие. А между тем, работник не может проявлять инновационные качества, если у него не будет доступа к постоянному повышению квалификации и освоению новых навыков, которых требуют меняющиеся условия.

В-третьих, необходимо повышать значимость в обществе инновационных форм человеческого капитала: компьютерной грамотности, навыков работы с Интернетом, владения иностранными языками и грамотной русской речью. Это должно выражаться в усилении внимания к обучению всему этому в общеобразовательных и специальных учебных заведениях, в пропаганде среди широкой общественности целесообразности и даже обязательности владения данными навыками, необходимыми сегодня любому человеку.

В целом можно сделать вывод, что положение с инновационным потенциалом на отечественном рынке труда является сложным, но не безнадёжным.

Современные российские работники, несмотря на распад советской системы повышения квалификации и переподготовки кадров и нынешние затруднения, сохраняют достаточно высокую готовность к продолжению образования в период трудовой деятельности. Среди специалистов высшего уровня квалификации ежегодно различными формами дополнительного образования охвачен каждый седьмой, а среди специалистов среднего уровня квалификации – каждый десятый российский работник. При этом как минимум в трети случаев обучение на профессиональных курсах осуществляется на основе самофинансирования, т.е. за счет средств самих обучающихся [4]. Таким образом, существенная часть российской рабочей силы сохранила высокую обучаемость. Пока это важнейшее конкурентное преимущество недооценивается и недостаточно используется и развивается, но в случае реализации эффективного комплекса мер по улучшению инфраструктуры рынка труда и системы подготовки и переподготовки кадров можно рассчитывать на то, что российская экономика будет располагать более качественной и способной к инновациям рабочей силой.

#### ***Библиографический список***

- 1.Греф, Г. Модернизационные вызовы // Доклад на конференции памяти Е.Т.Гайдара, Москва, 21 января 2010 г.
- 2.Сорокин, Д. Воспроизводственный вектор российской экономики: 1999-2007 годы // Вопросы Экономики, апрель 2008, № 4.
- 3.Соболева, И. Человеческий капитал России // Вопросы Экономики, сентябрь 2009, № 9.
- 4.Капелюшников, Р., Лукьянова, А. Трансформация человеческого капитала в российском обществе // Аналитический доклад на базе Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения, Москва, 2009 год.

***М.И. Мазина, А.А. Мазина***

### **РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТРУДА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

Мировому кризису предшествовал беспрецедентный экономический подъём: за предшествующие кризису 5 лет мировой ВВП увеличился на  $\frac{1}{4}$  [1]. Именно в этот период накапливались системные противоречия. И, как во всей двухвековой истории кризисов (первый разразился в 1825 году), системные противоречия были вначале невидимы (из-за роста благосостояния при подъёме; из-за оптовой торговли, маскирующей отставание рынков сбыта). Россия, став частью глобальной экономической системы, то есть нормальной рыночной страной, неизбежно оказалась в сетях мирового кризиса, докатившегося до неё в конце 2008 и разразившегося в 2009 году: падение ВВП в России уже в первом квартале 2009 года составило 9,5% [2].

Россия входит в число стран, наиболее пострадавших от глобального кризиса. Две основы её предшествующего экономического успеха (дорогая нефть и дешёвый кредит мирового рынка) оказались шаткими и ненадёжными. А за дешёвый кредит пришлось расплачиваться трудностями спасения залогов наших частных должников. Сказалась и общая неэффективность нашей экономики (доминирование сырья). Пришлось платить и за старые ошибки. Во время приватизации погибла значительная часть индустрии. Купленные заводы продавались по частям, использовались для быстрого получения прибыли и переставали существовать. Немало старых и когда-то сильных предприятий не выдерживали конкуренции и других натисков, и превращались в концертные залы и торговые центры – как, например, Станкостроительный завод им. Орджоникидзе в Москве. Происходил неизбежный износ оборудования. Экономическая активность смещалась из сферы производства в сферу торговли, резко рос импорт машин и оборудования, сложилось засилье импорта на рынке предметов потребления. В настоящий момент положение усугубляется повсеместной коррупцией и бюрократическими препонами на пути развития существующих предприятий и создания новых. Все эти особенности России, плюс инфляция, угрожают продолжительностью кризиса. Мнения экономистов на этот счёт варьируются от 5-7 до 20 лет.

Экономический кризис не мог не отразиться на рынке труда. Важнейшим симптомом кризиса на рынке труда является циклическая безработица. В апреле 2009 года число безработных в России составило 7 миллионов человек (из них 2 миллиона зарегистрированы в центрах занятости) [3]. Циклическая безработица, в отличие от фрикционной и структурной, – вынужденная. Правда, за рубежом существует мнение, что и она не всегда является таковой, так как безработные игнорируют работы непрестижные, тяжёлые и т. д., но это очень спорно, ибо гораздо типичнее для кризиса то, что работу вообще невозможно найти никакую.

Активные государственные меры против безработицы помогают людям вернуться в ряды занятых: это организация общественных работ; развитие трудовой эмиграции и материальная помощь в её осуществлении; договорённость с бизнесом о несокращении рабочих мест за определённые налоговые льготы; помощь безработным в создании собственного бизнеса (субсидирование, льготные кредиты и налогообложения и консультации). Но для бизнеса в России есть существенная трудность макроэкономического порядка: нужные ему параметры (курс рубля, уровень инфляции, цены на продукты естественных монополий – газ, железнодорожные перевозки и т. д.) известны в России только на один год. В Китае они определяются по формуле, действующей на 20 лет [4].

К пассивным мерам против безработицы относятся государственные пособия безработным через центры занятости, помогающие пережить тяжёлые времена. Условия их получения должны быть в меру мягкими, чтобы не ослабить желание трудиться. Однако в определённых случаях они могут частично смягчаться. Так, с 1 января 2009 года в России сняты ограничения в размерах пособий для граждан, уволенных по собственному желанию без уважительных причин, обратившихся в центр занятости по месту жительства (начиная с этой даты) [5].

Борьба с безработицей идёт и на микроуровне, т.е. на предприятиях. Переход с двух- на односменную работу, сокращённый рабочий день, неполная рабочая неделя, отправление работников в неоплачиваемые отпуска – широко распространённое явление в кризисное время. Работодатели порой односторонне пересматривают коллективные договоры, нередко идут на нарушение прав профсоюзов (там, где они есть), трудовых и социальных прав работников.

Многообразный комплекс мер, осуществляющихся в России против роста безработицы, привёл к некоторому уменьшению числа безработных (до 5,8 миллиона в конце года) [3] и некоторому улучшению на рынке труда. На Горьковском автозаводе сегодня уже работают шесть дней в неделю вместо недавних трёх. На Павловском автозаводе, производящем автобусы, сейчас обеспечены заказы на 1000 автобусов (вместо 50, как ранее), идёт набор работников на предприятиях, обеспечивающих завод комплектующими деталями.

Но самым главным направлением борьбы с безработицей и материально-технической основой выхода из кризиса является модернизация производства, новые технологии, переход на

инновационный тип развития. В масштабах России разрабатываются национальные проекты, «программы перехода на инновационный тип развития экономики». На уровне региона формируются кластеры наукоёмких производств, базой для которых являются специальные технопарки. Создаётся совет по технологическому развитию для отбора инновационных проектов, основывающихся на конкурсном отборе субъектов инновационной деятельности. Продумывается диверсификация экономики региона, в основе которой положено стимулирование импортозамещения (проекты производства более качественной и менее дорогой, чем импортная, продукции). В условиях глобализации и роста общественных коммуникаций, свободного перемещения денег, идей и людей, есть только два возможных способа быть конкурентоспособными – делать что-то первыми или делать лучше других. Патентов такого рода в Нижнем Новгороде ежегодно более тысячи, но до реализации доходят единицы. Очевидно, что необходимо совершенствовать управление этим процессом (системы стимулирования, в том числе, налоговыми льготами, упрощение продвижения, системы контроля и т. п.)

Модернизация экономики в Нижнем Новгороде рассчитана на интеллектуальные ресурсы. В регионе нет нефти, газа и золота. Борьба с «утечкой умов», модернизация образования, которое получит дополнительный импульс, реагируя на вызовы кризиса, перестройка системы профтехобразования приобретают первостепенное значение. По мнению Нижегородского губернатора, нацеленность на инновационное развитие даёт возможность уже в 2010 г. рассчитывать на небольшой экономической рост (2-3%).

#### ***Библиографический список***

1. Мау, В. От экономического чуда к экономическому кризису // Вопросы экономики, 2009 г. №2, стр. 6
2. Алексашенко, С. Обвальное падение кончилось, кризис продолжается // Вопросы экономики, 2009 г., №5, стр. 4
3. Жуков, А. Полмиллиона под угрозой // «Известия», 10 декабря, 2009 г., стр. 2
4. Лившиц, А. Четыре пожелания // Известия», 10 февраля, 2009 г., стр. 6
5. Постановление правительства РФ от 08.12.2008 г., №915. Информация ГУ ЦЗН, Нижний Новгород.

***И.В. Макарычева***

#### **ИЗМЕНЕНИЯ В СТРУКТУРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ ПОД ВЛИЯНИЕМ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

Выбор потребителя - предпочтение, отбор потребителем конкретного товара из ряда схожих. Выбор потребителя является сугубо индивидуальным, субъективным и выражается в желании субъекта потратить свои деньги именно на этот, а не на какой-либо другой товар.

Потребительские привычки населения определяются несколькими крупными и множеством мелких факторов. Наиболее сильным фактором, который предопределяет, что именно и в каком количестве население или отдельный человек может себе позволить покупать, является доход. Но этот фактор далеко не единственный. Имея одинаковый доход, разные группы населения сильно отличаются друг от друга по другим характеристикам.

Самый простой пример - молодежь, имеющая небольшое количество средств, и пожилые люди, также достаточно бедные. Тем не менее, в потреблении товаров, услуг, а тем более культурных ценностей, различия между этими группами принципиальны. Поэтому другой сильный фактор здесь - психологические характеристики тех или иных групп населения.

Следующим фактором, существенно влияющим на потребление, является созданная в стране инфраструктура, которая включает в себя системы дистрибуции, транспортные

коммуникации, возможности пользования Интернет, телефоном, наличие автотранспортных средств.

Еще один весомый фактор - культурные традиции. К более мелким факторам, влияющим на потребление, относятся географические особенности, климат, мобильность населения, конкретные ситуации в той или иной стране или регионе.

Суммируя сказанное, на потребительский выбор влияет целая совокупность внешних условий, в которых оказывается индивид. За последние 20 лет наша страна пережила целый ряд фундаментальных изменений в экономической, социальной, психологической сферах общественной жизни, и это не могло не сказаться на структуре потребительского выбора россиян.

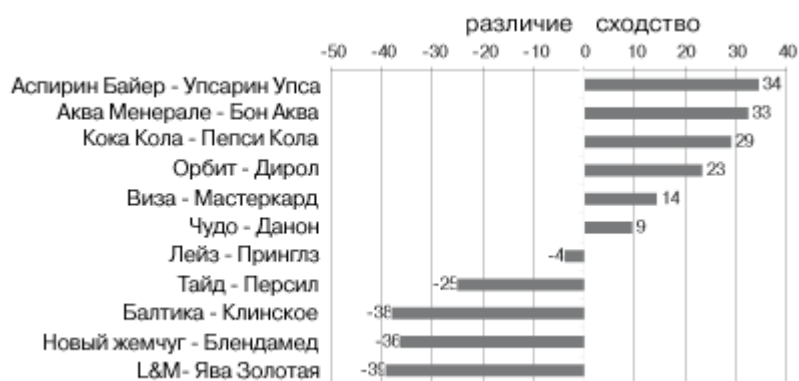
В условиях административно-командной системы потребительский выбор был ограничен. При этом ограничения носили не столько доходный, сколько ассортиментный характер. Не отличаясь большим разнообразием, товары, продающиеся в Советском Союзе, все-таки покрывали базовые потребности населения – во всяком случае, голодающих или раздетых не было. При этом в силу своей ограниченной номенклатуры эти товары сами создавали потребность в них – у населения формировалась привычка потребления, которая впоследствии трансформировалась в традиции, часть которых жива до сих пор. Так, совершенно не характерные для России до второй мировой войны макаронные изделия в 60-70-е годы прочно вошли в быт как простой, быстрый и наиболее доступный вид продукта питания. Или консервы «Килька в томатном соусе» - пожалуй, только проживший в СССР человек будет с удовольствием потреблять этот недорогой продукт.

Рыночная экономика существенно увеличила ассортимент доступной продукции, но первоначально не вызвала изменений в потребительских привычках. Структура потребительского выбора еще довольно долго оставалась приблизительно той же, с поправкой на импорт и расслоение населения по разным группам доходов. Само по себе наличие товаров не создает потребность в них. В процессе развития потребительского поведения в новых условиях наша история создала специфический бэкграунд, связанный с трудностями перехода экономики страны от рынка производителя к рынку потребителя. Например, прежде по отношению к рекламе наши сограждане имели такое суждение: если товар рекламируется, то его покупать не стоит. Но все это быстро прошло. В начале 80-х годов советский гражданин знал всего 5 брендов, в начале 90-х годов - уже 50.

Принципиальные изменения в потребительских предпочтениях начались в России одновременно с процессом интеграции ее в глобальное информационное пространство, причем чем больше регион или группа населения вовлечена в него, тем сильнее изменились потребительские предпочтения. Огромное влияние в этом процессе имеет реклама.

Сейчас фактически все бренды, известные западному потребителю, известны и российскому. Если в первое время выбор российским потребителем производился просто: российское или нероссийское производство, и все иностранное «шло на ура»; а затем по странам-производителям: всему европейскому - да, все турецкое и китайское - второй сорт; то теперь наши сограждане уже ориентируются в деталях брендов. Конечно, на основании рекламы и личного опыта.

Поведение потребителей на Западе более дефинированно, и индекс расхождения между определенными брендами в России и на западе может существенно различаться. Так, в Америке индекс расхождения между брендами "Пепси-кола" и "Кока-кола" очень велик - для американцев это разные вещи, в России же по-прежнему это один продукт (см. рис. 1).



**Рис. 1. Показатель сходства лидирующих брендов**

Конечно, пока еще определяющую роль при выборе фирменных товаров играет соотношение цена - качество. Хотя мы уже знаем, что фирменные товары лучше, и мы это проверили, но чаще все равно предпочитаем более низкую цену. Так, если с утверждением "Фирменные товары лучше, чем товары неизвестных марок" согласны 60%, то на спецпредложения любимых марок при покупке товаров обращает внимание только 30% опрошенных. Анализ всей совокупности данных говорит о том, что принадлежность к марке имеет все большее и большее значение, но пока еще доминирует цена.

Следующий фактор, который влияет на культуру потребления и потребительский выбор, – это пассивная реклама, которая проникает вместе с масс-медийной, кино- и печатной продукцией. Здесь уже речь идет не о рекламе каких-либо конкретных брендов, речь идет о рекламе образа жизни. Основная аудитория – молодежь, которая вместе с продукцией Голливуда воспринимает и американский образ жизни. При этом иногда образы «из телевизора» оказываются сильнее здравого смысла – например, многие молодые люди (особенно девушки) зимой ходят без головного убора, хотя погода в России существенно отличается от погоды в Европе или Америке. Влияние этой пассивной рекламы особенно видно на рынке продуктов питания, где произошли существенные перемены в структуре потребления.

По данным исследования TD MarketPublishers Ltd., вместе с ростом продаж удобных и экономящих время товаров, таких как еда быстрого приготовления, в потребительской корзине россиян выросла доля продуктов, ассоциирующихся со здоровым образом жизни и правильным питанием. Иллюстрацией этого является устойчиво высокая динамика «биосегмента» молочного рынка и так называемых функциональных продуктов, содержащих витаминные и минеральные добавки. В целом Россия повторяет путь развития стран со зрелыми рынками, где население всерьез озабочено вопросами сохранения молодости и здоровья и где наблюдаются высокие темпы роста продаж тех продуктов, которые позволяют потребителям поддерживать хорошее самочувствие и физическую форму.

При этом эксперты отмечают, что в прошлом году на рынке девять категорий продуктов питания и напитков росли быстрее рынка в целом. В числе этих категорий – пиво, готовые смеси для приготовления блюд, питьевые йогурты, соленые снеки из морепродуктов, блюда быстрого приготовления, жидкие молочные десерты, сладкие газированные напитки, соки и творог. По прогнозам экспертов TD MarketPublishers Ltd., в этом году и последующие несколько лет высокую динамику продаж будут демонстрировать так называемые продукты питания высокой готовности, которые достаточно просто разогреть (американский образ жизни!). Кроме того, анализируя результаты исследования российского продовольственного рынка, можно увидеть, что городские жители все чаще сознательно делают выбор в пользу полезных для здоровья продуктов питания и напитков, в том числе и тех, которые помогают решать отдельные функциональные задачи, связанные с поддержанием здоровья. Говоря о прогнозах развития рынка продовольствия на несколько лет вперед, можно с уверенностью утверждать, что сегмент «здоровых» продуктов обладает колоссальным потенциалом.

Последний из факторов, существенно изменивших потребительские предпочтения – это Интернет. Конечно, пока еще не вся Россия имеет свободный доступ в сеть, но широта охвата

российской интернет-аудитории стремительно растет. Интернет формирует в основном потребности в определенных культурных ценностях и способствует продажам тех видов товаров, которые эти потребности удовлетворяют. Кроме того, обеспечение самого факта доступа к глобальной сети подразумевает целый отдельный сегмент рынка с миллиардными оборотами. Интернет-общение становится неотъемлемой частью жизни российской молодежи. По характеру воздействия общение через сеть аналогично действию скрытой рекламы, но в отличие от теле-, кино- и печатной продукции в Интернете отсутствует цензура, поэтому ценности, формируемые там, отличаются значительно большим разнообразием. Предельную полезность некоторых из них можно смело назвать отрицательной. К безусловно положительному влиянию сети можно отнести, например, увеличение спроса на знание иностранных языков или возможность дистанционного образования.

Таким образом, область потребления - это та сфера, в которой мы наиболее быстро вливаемся в общую капиталистическую цивилизацию. В России много проблем, связанных с демографией, законами и т.д. Но в области потребления Россия мало чем отличается от западного потребительского рынка, в общемировой рынок мы вливаемся гладко. У нас разве что чуть меньше денег. Основная разница в потреблении заключается, в основном, в его объемах. Глобализация структуры потребления у нас – уже свершившийся факт.

#### ***Библиографический список***

1. Лужков, Ю. Кризис транкапитализма в России // Экономист, 2009, № 5
2. Мельников, В.А. Обобщенная модель потребительского спроса. (Тезисы докладов и сообщений Шестого Всероссийского симпозиума «Стратегическое планирование и развитие предприятий»/под ред. г.Б.Клейнера, М.: 2005.
3. Розанова, Н. Конкурентные взаимодействия в отрасли информационных технологий: мировой опыт и Россия // Вопросы экономики, 2009, № 10.
4. Российские потребители выбрали любимые бренды. Спецпроект // Маркетинг. Менеджмент. 2010, №1-2.

***С. И. Максимов***

#### **КОММУНИКАТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЙ ПОДХОД К ПРАВУ**

В современной социальной и правовой философии первым на тесную связь коммуникации и права обратил внимание Ю. Хабермас. Отдавая приоритет коммуникативному рациональному разуму, принципу взаимопонимания и прозрачной модели общественных отношений, он переносит их на понимание права как сложной коммуникативной системы. В его философии права дается коммуникативное рефлексивное обоснование права через «аргументацию в дискурсе». Нормы права обосновываются практически в реальной коммуникации, которая имеет процедурный характер. Однако этот дискурс должен соотноситься с идеальной коммуникацией (аналог естественного права), которая в качестве регулятивной идеи показывает направленность рационального обоснования норм и служит критерием для установления «истинного консенсуса».

Согласно этики дискурса моральные принципы определяются путем многосторонних дискуссий и постепенного достижения консенсуса. Основным требованием к дискурсу является обеспечение свободы самовыражения, которая достигается путем отказа от любых форм насилия по отношению к другому. Идея идеальной речевой ситуации представляет собой структурную модель совершенной демократической процедуры в понимании Хабермаса, принципом которой является свобода от господства, т. е. от нелегитимной власти. С точки зрения Хабермаса, право выступает условием возможности социальной интеграции на основе коммуникативного взаимодействия. При этом современное право полностью позитивно, оно лишено сакральных, метасоциальных гарантий. Источник такого права — фактическая

деятельность законодателя. Однако через концепцию легитимации удастся избежать позитивизма. Именно требование легитимности правовых норм является тем безусловным моментом, благодаря которому блокируется позитивистская тенденция в современном праве. Источник легитимации права — неограниченное коммуникативное взаимодействие членов правового сообщества, где критической проверке могут быть подвергнуты все нормы и ценности. Современный правовой порядок, пронизанный напряжением между позитивностью и легитимностью права, должен, согласно Хабермасу, выполнять две задачи: во-первых, обеспечить фактическое взаимное признание гражданами прав друг друга (здесь норма выступает как простой факт, ограничивающий произвол индивидов, поэтому следование закону возможно из соображений простой расчетливости); во-вторых, обеспечить возможность легитимации самих правовых норм (здесь норма рассматривается из перспективы членов правового сообщества, а закон осуществляется по мотиву уважения к праву как следствия его рационального обоснования).

Критерием легитимности нормы является ее соответствие коммуникативной рациональности, т. е. когда они заслуживают свободного признания со стороны каждого члена правового сообщества: «Значимы те и только те нормы действия, с которыми в рациональном дискурсе могли бы согласиться все те, на ком могли бы отразиться последствия принятия этих норм». Поскольку лишь процедура демократического законодательства делает возможной реализацию этой идеи, в правовом сообществе процесс законодательства занимает центральное место в механизме социальной интеграции. Весьма плодотворной конкретизацией коммуникативно-дискурсивного подхода Ю. Хабермаса является теория правовой аргументации Р. Алекси. Основным положением его концепции является тезис о том, что право имеет дуальную природу, то есть с необходимостью включает два измерения: реальное, или фактическое, которое в определении права представлено элементами властного установления и социальной эффективности, и идеальное, или критическое, которое находит свое выражение в элементе моральной правильности. Отстаивание тезиса дуальной природы права означает принятие позиции непозитивизма. Подтверждение этого тезиса Р. Алекси осуществляет в пределах системы институционализации разума, политической формой которой выступает демократический, или дискурсивный конституционализм. В процессе развертывания своей системы он демонстрирует, что дуальная природа права находит свое проявление — явно или неявно — во всех фундаментальных вопросах права

Согласование идеального и реального измерений осуществляется им через сочетание принципа справедливости и принципа юридической определенности. Первый является материальным принципом, второй — формальным. Как принципы вообще они могут конкурировать друг с другом, однако дуальная природа права требует, чтобы они применялись в правильной пропорции друг с другом. Сбалансированность и выражает правильность этого уровня. Институционализация разума здесь осуществляется в двух аспектах — материальном и процедурном.

В материальном аспекте содержится постулат о наиболее удаленном пределе права, которым является крайняя несправедливость. Относительно этого вопроса сталкиваются позитивизм в его двух версиях — мягкий и жесткий, и непозитивизм, в его трех версиях: жесткого, мягкого и супермягкого непозитивизма, из которых только мягкий непозитивизм, с позицией «крайнее несправедливый закон не является правом», по мнению автора, в полной мере иллюстрирует двойную природу права. В процедурном аспекте связь позитивности и правильности реализуется в форме демократического, или дискурсивного конституционализма, главными элементами которого является демократия и конституционные права. Реальной стороной демократии выступает решение по принципу большинства, а ее идеальной стороной — аргументация как публичный дискурс. Реализацией идеалов теории дискурса — есть такая институционализация демократии, которая совмещает обе стороны, то есть «делиберативная демократия». Права человека как моральные права принадлежат исключительно идеальному измерению права, а их превращение в конституционные (позитивные) права заключается в усилении совместить идеальное измерение с реальным. В идеальной демократии нет конфликта



между демократией и конституционными правами. В реальной демократии он может быть, а потому возникает требование конституционного контроля. С позиций соотношения идеального и реального измерений анализируется также юридическая аргументация и правоприменение. В последнем случае правила выражают реальную принадлежность, принципы – идеальную.

Системное аргументирование центрального тезиса дает основания Р. Алекси сделать вывод о том, что дуальность идеального и реального является существенной особенностью права, а потому юридический позитивизм, который отрицает эту особенность, является неадекватной теорией природы права. Таким образом, коммуникативная парадигма в современной философии права акцентирует внимание на дискурсе, то есть обсуждении всех проблем в рамках гражданского общества. Морально-правовой дискурс позволяет сопоставить все имеющиеся ценностные ориентации, а тем самым учесть выраженные в них социальные условия, воплощая этот процесс в системе процедур как правил «языковой игры». Обеспечивая «умиротворение», он содействует актуализации справедливости и как сверхпозитивная инстанция ограничивает и контролирует власть.

*Е.В. Муравьева*

## **ПРИЧИНЫ ПОПУЛЯРНОСТИ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ И ОБЩЕСТВ С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ**

Ведение бизнеса – занятие сложное и увлекательное. И в зависимости от того, какие цели ставит перед собой предприниматель, осуществляется выбор той или иной организационно-правовой формы бизнеса, наиболее полно отвечающей потребностям проекта.

К коммерческим организациям относят хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, производственные кооперативы, муниципальные и унитарные предприятия.

По данным Единого государственного реестра юридических лиц на 01.10.2005 зарегистрировано 2 681 973 юридических лица, из них коммерческих организаций - 2 012 425, в том числе ООО - 1 668 814, АО – 185 361. Численное преимущество АО и ООО очевидно.

Именно акционерные общества (АО) и общества с ограниченной ответственностью (ООО) используются отечественными бизнесменами для получения прибыли. Причиной популярности указанных юридических лиц является то, что они лучше всего соответствуют требованиям, предъявляемым к коммерческим организациям, а именно:

- 1) наименьшая имущественная ответственность;
- 2) быстрота и эффективность управления компанией;
- 3) возможность привлечения сторонних инвестиций для развития бизнеса.

Согласно п.1 ст.2 Закона об ООО обществом с ограниченной ответственностью признается созданное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества.

Исходя из определения можно выделить следующие диспозитивные особенности ООО:

- 1) уставный капитал разделен на доли равных размеров. Отчуждение и приобретение долей подчинено сложной процедуре, что затрудняет посторонним лицам вхождение в ООО;
- 2) каждый участник вправе в любое время выйти из общества. При этом общество должно выплатить выходящему участнику стоимость его доли либо выдать имущество, равное стоимости его доли;

- 3) существует возможность исключения участника из общества;

- 4) большое значение имеют личностные отношения участников. В связи с этим ООО чаще всего встречаются в малом и среднем бизнесе, когда партнеры не только объединяют капиталы для получения прибыли, но и принимают активное участие в управлении компанией. Доверительные отношения и небольшое количество участников позволяют упростить процедуру управления ООО.

Согласно ст.2 Закона об АО акционерным обществом признается коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права участников общества (акционеров) по отношению к обществу.

Настоящее определение позволяет отметить следующие положительные моменты.

1. Уставный капитал АО разделен на акции. Ни одна другая коммерческая организация не выпускает ценные бумаги, которые удостоверяли бы права ее владельцев на участие в управлении компанией. Эта особенность позволяет АО привлекать дополнительные инвестиции для своего развития.

2. Легкий порядок входа и выхода из бизнеса – достаточно просто купить или продать акции. При этом акционеры не вправе воспрепятствовать стороннему инвестору в приобретении акций у акционеров, намеревающихся их продать.

3. Акционерные общества подразделяются на закрытые и открытые. Основное преимущество ОАО в том, что имеет место свободный оборот акций: акционеры могут в любой момент продать принадлежащие им акции любому физическому или юридическому лицу.

Не случайно исследователи называют акционерную форму ведения бизнеса хитроумным изобретением для получения личной выгоды без личной ответственности.

Кроме того, ни ЗАО, ни ООО не обязаны раскрывать информацию о своей деятельности. Вот почему потенциальные инвесторы предпочитают приобрести большое количество акций (долей), позволяющее им установить контроль внутри компании.

Таким образом, выбирая форму ведения бизнеса, следует брать в расчет те цели, которые будут стоять перед будущей организацией. В противном случае можно понести большие финансовые и кадровые потери.

#### ***Библиографический список***

1. Об обществах с ограниченной ответственностью: федер. закон от 08.02.1998, в ред. от 29.12.2004.
2. Об акционерных обществах: федер. закон от 26.12.1995, в ред. от 22.03.2006.
3. Бараненков, В. В. Понятие юридического лица в современном гражданском праве РФ / В. В. Бараненков // Государство и право. – 2008. - № 11. – С. 53 – 60.
4. Козлова, Н. В. Юридическое лицо с точки зрения закона и правовой науки / Н. В. Козлова // Вестник Московского университета. – 2008. - № 5. – С. 32 – 52.

***Е.В. Носова, Д.В. Башкаев***

#### **ПРОБЛЕМЫ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

Ни одна отрасль российской экономики не имеет сейчас столь широкого круга острых проблем, как лесопромышленный комплекс (ЛПК). Можно выделить несколько основных, системных проблем.

##### **1. Ярko выраженная сырьевая структура**

Экспорт круглого леса в России практически не облагался экспортными пошлинами, а экспорт продукции с высокой добавленной стоимостью (например, целлюлоза и бумага), наоборот, облагался по достаточно высоким таможенным ставкам. Россия начала повышать пошлины на необработанную древесину для стимулирования глубокой переработки леса на своей территории с 1 июля 2007 года, когда ставка возросла с 6,5% до 20% к таможенной стоимости. Планировалось, что с 1 января 2010 года пошлины повысятся до заградительного уровня – 80%, что фактически остановит российский экспорт необработанной древесины. Параллельно были отменены пошлины на экспорт пиломатериалов и импорт уникального деревообрабатывающего оборудования. Все это должно было стимулировать переработку древесины внутри страны. Однако мировой кризис вмешался в эти планы, и ожидаемого роста лесопереработки не произошло. Увеличение таможенной пошлины на круглый лес в такой

ситуации привело бы к краху лесной отрасли России. Поэтому был принят мораторий на введение запретительных пошлин [1].

## 2. Незаконные рубки лесов

Объем нелегальных рубок в целом по России составляет свыше 30 процентов, а в отдельных регионах – до 59-70 процентов. Совокупные потери России от незаконного и нелегального оборота в сфере заготовки, переработки и торговли лесом оцениваются более чем в 1 миллиард долларов. Вынужденная конкуренция с нелегальным лесным бизнесом резко ограничивает возможности для развития вполне законно существующих предприятий [2].

## 3. Неэффективность механизма доступа к лесным ресурсам

В настоящее время решение о предоставлении во временное пользование лесных ресурсов, как правило, принимается на уровне региональных властей, причем срок аренды в большинстве случаев ограничивается 3-5 годами (по закону аренда ограничивается 49 годами) [3]. Это приемлемо для сравнительно мелких лесозаготовителей, чтобы, не заботясь ни о лесовосстановлении, ни о строительстве инфраструктуры, вырубить требуемое количество древесины [4].

## 4. Отсутствие нормальной инфраструктуры

В отрасли практически прекратилось строительство лесовозных дорог, особенно круглогодочного действия.

## 5. Проблема повышения экологической ответственности российских лесопромышленных компаний

Западные импортеры продукции российского лесного комплекса сейчас предъявляют все более жесткие требования по соответствию экологических показателей отечественных компаний мировым требованиям. Выйти на весьма перспективные рынки европейских и азиатских государств наши компании смогут, если представят реальные доказательства того, что в своей деятельности они не забывают и об охране окружающей среды. Большинство предприятий ЛПК действительно далеко от «экологического» совершенства.

## 6. Дефицит инвестиционных ресурсов

Лесная отрасль малопривлекательна для инвестиций в силу большого числа некоммерческих рисков, связанных с политической нестабильностью России, несовершенством «лесного» законодательства страны и отсутствием четкой государственной политики в отношении ЛПК. Проблема осложняется неустойчивыми показателями финансово-экономической деятельности предприятий лесной промышленности, около половины которых являются убыточными и находятся на грани разорения [5].

## 7. Низкая эффективность и низкая конкурентоспособность российского леспрома

Причиной являются его крайняя техническая и технологическая отсталость. Отсутствие нового современного оборудования крайне негативно отражается на конкурентоспособности российской лесопroduкции. При самом высоком в мире качестве сырьевой базы (особенно ценными являются леса Урала и Сибири) из-за низкого качества обработки цены на продукцию отечественных производителей на 30-40% ниже среднемировых [6].

## 8. Высокая коррупционная составляющая лесного бизнеса на всех его уровнях

## 9. Беспошлинный вывоз леса через Казахстан – страну Таможенного Союза

В Казахстане действует совершенно другой таможенный режим: экспорт леса там не облагается таможенными пошлинами [7].

В связи с изложенным могут быть предложены следующие возможные пути решения.

### 1. Перенос лесных конкурсов на федеральный уровень.

### 2. Скоординированная работа правоохранительных органов и таможи [2].

3. Выработка максимально прозрачного недискриминационного механизма передачи леса в долгосрочную аренду и контроля над условиями эксплуатации лесов.

### 4. Ликвидация фрагментированности отрасли за счет интеграции крупных компаний [3].

5. Принятие федерального нормативно-правового акта, не позволяющего реализовывать за наличный расчет природные ресурсы [5].

6. Строительство автомобильных дорог для обеспечения доступа к запасам древесины в районах с плохими транспортными развязками, а также реконструкция и увеличение пропускной способности действующих железнодорожных терминалов.

7. Стимулирование создания вертикально интегрированных структур с полным производственным циклом от заготовки древесины до выпуска продукции глубокой переработки.

8. Государственная поддержка по обеспечению предприятий лесозаготовительной техникой на основе финансового лизинга.

9. Внедрение прогрессивных ресурсосберегающих и экологически безопасных технологий, создание системы стандартизации и сертификации сырья, полуфабрикатов и продукции на всех технологических переделах.

10. Совершенствование налогового и корпоративного права, в котором следует предусмотреть стабильность и неизменность нормативно-правовой базы на период осуществления инвестиционных проектов.

11. Совершенствование системы подготовки и повышения квалификации работников и руководителей предприятий ЛПК.

12. Включение расходов лесопользователей на строительство лесовозных дорог в расходы, учитываемые при налогообложении прибыли для обеспечения финансирования строительства дорог в лесу, а также рассмотреть возможность финансирования строительства лесовозных дорог за счет отчислений на дорожное строительство.

13. Рациональное сочетание строительства новых предприятий ЛПК в ряде районов Сибири и Дальнего Востока и реконструкции комбинатов в европейской части России, наряду с организацией массового сбора и переработки макулатуры [8].

#### ***Библиографический список***

1. <http://www.vesti.ru> Официальный сайт программы «Вести».
2. <http://www.sovsekretno.ru> Международный ежемесячник «Совершенно секретно».
3. <http://www.raexpert.ru> Рейтинговое агентство «Эксперт Ра».
4. <http://www.forest.ru>
5. <http://www.bimmacon.ru> Консалтинговая компания «Биммакон».
6. <http://www.lesopromyshlennik.ru> Журнал «Лесопромышленник».
7. Газета «Известия» от 8 апреля 2003 года «Стратегические направления развития лесопромышленного комплекса РФ».
8. Газета «Коммерсантъ» № 195 (4250) от 20.10.2009; П. Нетреба, Д. Бутрин. Пошлины вышли односторонне гибкими.

***В.А. Одинокоев, А.Ф. Савоськин***

### **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

Нефтяная промышленность — отрасль экономики, занимающаяся добычей, переработкой, транспортировкой, складированием и продажей природного полезного ископаемого — нефти и сопутствующих нефтепродуктов. Нефтедобыча — сложный производственный процесс, включающий в себя геологоразведку, бурение скважин и их ремонт, очистку добытой нефти от воды, серы, парафина и многое другое.

Нефть относится к невозобновляемым ресурсам - разведанные запасы нефти составляют 1258 млрд баррелей (2009 г.), неразведанные — оцениваются в 300—1500 млрд баррелей (см. табл.1). Наибольшие запасы сосредоточены в странах, находящихся в районе Персидского залива. Имеются также большие запасы нефти в нефтяных песках Канады и Венесуэлы. Этой нефти при нынешних темпах потребления хватит на 110 лет. В настоящее время компании ещё не могут производить много нефти из нефтяных песков, но ими ведутся разработки в этом направлении.

Цены на нефть, как и на любой другой товар, определяются соотношением спроса и предложения. Если предложение падает, цены растут до тех пор, пока спрос не сравняется с предложением. Особенность нефти, однако, в том, что в краткосрочной перспективе спрос малоэластичен: рост цен мало влияет на спрос. Редкий владелец автомобиля начнёт ездить в автобусе из-за роста цен на бензин. Поэтому даже небольшое падение предложения нефти может приводить к резкому росту цен (см. рис 1).

Таблица 1.

**Структура стран с крупнейшими запасами нефти**  
(По данным BP Statistical review of world energy 2009)

Страна	Запасы, млрд. баррелей	Добыча в год, млн. тонн	% от мировых запасов	Период использования запасов (лет)
С.А.	264,1	480	21,0	82
Иран	137,6	252	10,9	101
Ирак	115,0	-	9,1	143
Кувейт	101,5	-	8,1	111
Венесуэла	99,4	180	7,9	91
ОАЭ	97,8	-	7,8	107
Россия	79,0	488,1	6,3	17
<b>Всего</b>	<b>1258</b>	<b>5280</b>	<b>100</b>	<b>-</b>

В среднесрочной перспективе (5-10 лет), однако, ситуация иная. Рост цен на нефть заставляет потребителей покупать более экономичные автомобили, а компании — вкладывать деньги в создание более экономичных двигателей. Новые дома строятся с улучшенной теплоизоляцией, так что на их обогрев тратится меньше топлива. Благодаря этому сокращение добычи нефти приводит к росту цен лишь в первые годы, а затем цены на нефть опять падают.

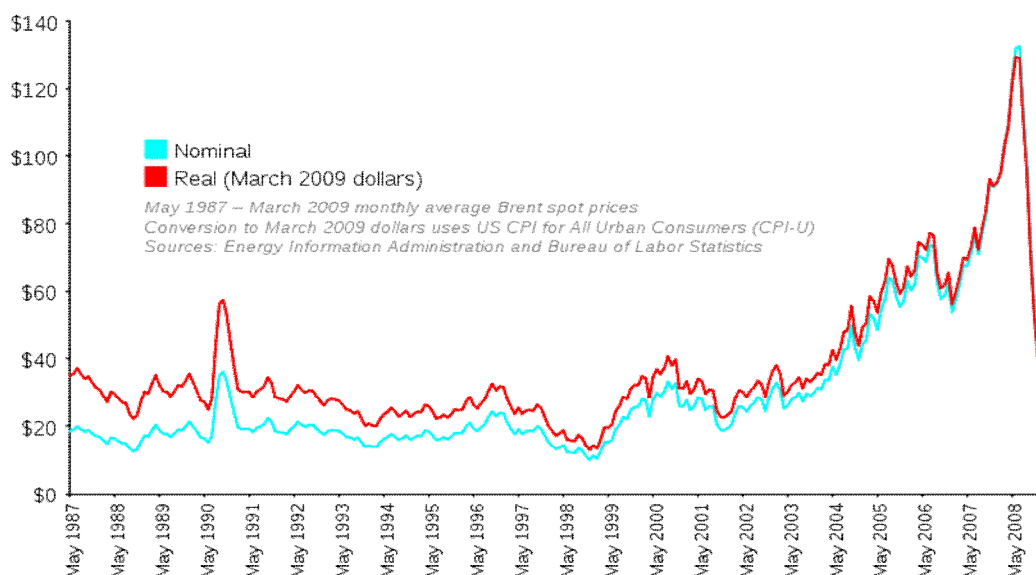


Рис. 1 Динамика цены на нефть с 1987 по 2009 годы (доллар США)

В долгосрочной перспективе (десятилетия) спрос непрерывно увеличивается за счет увеличения количества автомобилей и им подобной техники. Относительно недавно в число крупнейших мировых потребителей нефти вошли Китай и Индия. В XX веке рост спроса на нефти уравнивался разведкой новых месторождений, позволявших увеличить и добычу нефти. Однако многие считают, что в XXI веке нефтяные месторождения исчерпают себя, и диспропорция между спросом на нефть и её предложением приведёт к резкому росту цен -

наступит нефтяной кризис. Некоторые считают, что нефтяной кризис уже начался, и рост цен в 2003-2008 годах являлся его признаком.

Исторические факты говорят о том, что мировые нефтяные цены являются очень динамичными как в среднесрочной, так и в долгосрочной перспективе. Кроме сугубо экономических факторов, влияющих на ценообразование нефтяного рынка, можно выделить геополитические причины.

Так, потерпев поражение в Войне Судного дня, арабские страны решили в 1973—1974 годах сократить добычу нефти на 5 млн баррелей в день, чтобы «наказать» Запад. Общая добыча нефти сократилась на 7%, но цены выросли в 4 раза. Цены на нефть сохранялись на высоком уровне в середине 1970-х годов, дальнейший толчок им дала иранская революция и ирано-иракская война.

Своего пика цены достигли в начале 1980-х годов. После этого по причинам, описанным выше, цены начали падать. За несколько лет они упали более чем втрое. После вторжения Ирака в Кувейт в 1990 году цены выросли, но быстро упали опять, после того как стало ясно, что другие страны легко могут увеличить добычу нефти. После разгрома Ирака в 1991 году цены продолжали падать и достигли своего минимума 11 долларов за баррель в 1998 году. В РФ это привело к упадку нефтяной отрасли и стало одной из причин дефолта.

Государства, входящие в организацию стран-экспортеров нефти (ОПЕК), сумели договориться о сокращении добычи нефти, и к середине 2000 года цены достигли 30 долларов за баррель. С конца 2003 до 2005 года включительно произошёл новый резкий скачок цен. Максимальная цена нефти сорта WTI (Light Sweet) была достигнута 11 июля 2008 года, превысив \$147 за баррель.

Некоторые считают причиной этого скачка цен предполагаемое вторжение США в Иран, по мнению других, он знаменует начало давно ожидаемого нефтяного кризиса. В октябре 2008 цена на нефть опустилась до 30\$ долларов за баррель в результате глобального экономического кризиса и достигла своего 12 месячного минимума.




Нефтяная отрасль является главной статьёй российского экспорта. По данным Федеральной таможенной службы в 2007 из России было вывезено 233,1 млн тонн сырой нефти на 114,15 млрд долл., что составляет около 32,4 % российского экспорта. Основу нефтяной промышленности составляют вертикально-интегрированные нефтяные компании, крупнейшими из которых по результатам 2009 г. являются ОАО «Роснефть», ОАО «ЛУКОЙЛ» и ОАО «ТНК-ВР».

**Таблица 2.**

**Показатели добычи и переработки нефти российских компаний.**

Компания	Добыча нефти и газового конденсата в России, млн. т.					Первичная переработка нефти в России, млн. т.				
	2009	2008	2007	2006	2005	2009	2008	2007	2006	2005
<u>Роснефть</u>	16,3 ▲	13,8 ▲	10,4 ▲	1,7 ▲	4,4	0,2	9,5 ▲	8,8 ▲	1,0 ▲	0,6
<u>Лукойл</u>	2,2 ▲	0,2 ▼	1,4 ▲	0,4 ▲	7,8	4,1	4,1 ▲	2,5 ▲	9,5 ▲	7,2
<u>ТНК-ВР</u>	0,2 ▲	8,8 ▼	9,5 ▼	2,4 ▼	5,3	1,5 ▼	3,0 ▲	1,9 ▼	2,0 ▼	4,6
Всего по России	94,2 ▲	88,5 ▼	91,3 ▲	80,5 ▲	70,0	35,7 ▼	36,3 ▲	28,6 ▲	19,6 ▲	07,4

Сравним показатели Российских нефтяных компаний с крупнейшими мировыми компаниями (по объемам добычи нефти в 2008 году):







1.  Saudi Aramco 443,1 млн. тонн
2.  Petróleos de Venezuela S.A. 244,8 млн. тонн
3.  ExxonMobil 133,5 млн. тонн

*Таблица 3.*

**Финансовые показатели российских компаний**

Компания	Выручка в 2008 году	Прибыль в 2008 году	Выручка в 2007 году	Прибыль в 2007 году	Выручка в 2006 году	Прибыль в 2006 году
<u>Роснефть (US GAAP)</u>	\$69,0 млрд.	\$11,1 млрд.	\$49,2 млрд.	\$12,7 млрд.	\$33,1 млрд.	\$3,5 млрд.
<u>Лукойл (US GAAP)</u>	\$107,7 млрд.	\$9,1 млрд.	\$82,2 млрд.	\$9,5 млрд.	\$67,7 млрд.	\$7,5 млрд.
<u>ТНК-BP (US GAAP)</u>	\$45,1 млрд.	\$6,4 млрд.	\$35,0 млрд.	\$5,7 млрд.	\$31,1 млрд.	\$6,4 млрд.

Сравним показатели Российских нефтяных компаний с крупнейшими мировыми компаниями (по объему прибыли):

1.  ExxonMobil \$45,2 млрд. (2008 г.)
2.  Royal Dutch Shell \$26,3 млрд. (2006 г.)
3.  BP \$24,3 млрд. (2006 г.)
4.  Chevron Corporation \$18,7 млрд. (2007 г.)
5.  ConocoPhillips \$17 млрд. (2008 г.)
6.  Total S.A. \$10,5 млрд. (2008 г.)

**Выводы**

1. В отличие от газовой промышленности, в нефтяной индустрии имеется крупное интеграционное объединение – ОПЕК. Члены ОПЕК договариваются об объемах добычи нефти, что позволяет им регулировать цены на нефть.

2. Серьезной проблемой российских нефтяных компаний является то, что они не имеют возможности перерабатывать большие объемы нефти и продают ее в сыром виде.

3. Российские компании по добыче нефти, прибыли находятся на сопоставимом уровне по отношению к мировым лидерам.

4. Массовые волнения в нестабильных регионах, обладающих крупными запасами черного золота, геополитическая обстановка влияют на уровень цен нефти.

**Библиографический список**

1. www.rosneft.ru – официальный сайт ОАО «Роснефть»
2. www.lukoil.ru – официальный сайт ОАО «Лукойл»
3. www.bp.ru – официальный сайт компании British Petroleum
4. www.exxonmobil.com – официальный сайт компании Exxonmobil
5. www.gks.ru – официальный сайт Госкомстата РФ
6. www.customs.ru – официальный сайт Федеральной таможенной службы
7. www.saudiaramco.com – официальный сайт компании SaudiAramco

## ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС И ПРАВО

Интенсивное развитие техники в конце XX века вызвало бурные изменения в обществе. В процессе реализации научно-технических достижений общество столкнулось не только с позитивным, но с негативным эффектом их реализации. Одним из таких негативных проявлений является использование техники при совершении преступлений. Об этом свидетельствуют изменения, которые произошли в уголовном законодательстве. В новом уголовном кодексе, принятом в 1996 году, была введена глава 28, предусматривающая наказания за преступления в сфере компьютерной информации.

Процессы, происходящие в обществе, во многом предопределены развитием науки и техники. Возникают вопросы о трансформации научно-технической революции в “информационную революцию” с учетом появления и развития нового поколения технических средств и искусственного интеллекта.

Использование огромного количества самой разнообразной информации немыслимо без широкого внедрения в управленческий процесс и многие другие сферы электронно-вычислительной техники. Она служит не только для хранения и обработки соответствующей информации на уровне отдельных управленческих или хозяйственных единиц или использования как средства связи и коммуникации между гражданами, но и широко внедряется в целях обеспечения внутренней и внешней безопасности государства.

Технические достижения и их влияние на общество анализировались зарубежными основоположниками философии техники XX века: Х. О. Гассетом, Х. Блюменбергом, А. Кестлером и М. Хайдеггером. Философия техники - новая исследовательская область, сложившаяся буквально в последние два десятилетия. Эта область философских исследований развивается и в нашей стране. Она обладает всеми параметрами научной дисциплины — сформированы и развиваются различные исследовательские программы, существует значительный массив исследовательских статей и монографий, изданы различные по объему обзоры. И самое главное — при всем различии философских концепций техники выделены наиболее фундаментальные гносеологические и метафизические проблемы, относящиеся к той исследовательской области, которая уже давно носит название «философия техники».

Античные концепции «техне» (Платон, Аристотель) имели в виду скорее не технику, а искусство производства вещей, воплощающее в себе знание, подражающее природе и выступающее в качестве образца для понимания изменчивого природного бытия (фюсис). Французские и немецкие просветители (Даламбер, Дидро, И. Алшted, И. Бекман, А. Юр и др.) обратили внимание на ремесла и описали многие технические нововведения и изобретения. Гегель в «Реальной философии» и «Философии права» связал возникновение машины с разделением труда, дал первый философский анализ орудийного отношения человека к природе. Однако предпочтение, которое всегда оказывалось философией теоретическому знанию и разуму, теоретической установке перед практическим знанием и разумом, очевидно, и было одной из причин того, что философия с явным опозданием обратилась к осмыслению феномена техники и роли техники в жизни человека. В повороте философии к технике громадную роль сыграли труды К. Маркса, который дал не только экономический анализ роли машины в создании капитализма, но и показал разрушительное воздействие машинного способа производства на рабочего. Эту роль Маркса в социально-философском анализе техники признают все философы техники.

До середины 60-х годов философия техники обычно рассматривалась лишь в контексте философии науки и отождествлялась с приложением стандартной философии науки, а техника — лишь под углом зрения приложения естественнонаучного знания. Сведение техники к приложению науки, а философии техники — к простому приложению разработок философии и методологии науки к структуре технического знания, это было характерно для 50-60-х г. Техника рассматривается как сложный социокультурный феномен, причем все философы техники подчеркивают многомерность техники. Это еще больше осложняет философский



анализ техники.

Можно сказать, что ни один крупный мыслитель XX в. не обошел своим вниманием феномен техники и процесс технизации современной культуры. Среди наиболее значительных философов техники следует отметить культурно-историческую концепцию (Ф. Дессауэр, Т. Литт), феноменологию Э. Гуссерля, философию жизни (А. Бергсон, О. Шпенглер), экзистенциализм (К. Ясперс, Х. Ортега-и-Гассет, М. Хайдеггер), философскую антропологию (А. Гелен, Г. Плессер), эсхатологическую метафизику Н.А. Бердяева, неомарксизм франкфуртской школы (Г. Маркузе, Ю. Хабермас и др.).

При всем многообразии философских концепций техники следует отметить одну особенность философии техники — в ее формировании наряду с профессиональными философами громадную роль сыграли естествоиспытатели и инженеры. Более того, в ряде стран (например, в дореволюционной России и Германии) инженеры были инициаторами постановки вопроса о необходимости и важности философии техники и формирования первых исследовательских программ в этой области. В других же странах, в частности, во Франции и США инициатива была выдвинута философами и учеными, специалистами в различных естественных науках, которые одновременно являлись правительственными экспертами по оценке технологии и по управлению научно-технической политикой.

Трудности философского исследования техники связаны не только с тем, что оно далеко выходит за рамки изучения методологических проблем технического знания и технических наук, но и с тем, что оно должно включать в себя громадный комплекс разнородных проблем — отношение техники и человека, техники и природы, техники и бытия, места техники в социокультурном мире, оценки технических инноваций и научно-технического прогресса, социологических, экономических и социально-психологических условий, последствий технического прогресса, взаимоотношений техники и труда, окружающей среды, экологических последствий научно-технического прогресса и др.

В отечественной литературе до последнего времени основное внимание уделялось философско-методологическим проблемам технического знания и технических наук (В.Г. Горохов, Г.Г. Бычков, В.И. Белозерцев, Б.И. Козлов, Ю.С. Мелешенко, А.Д. Московченко, Н.П. Онищенко, Л.И. Окатаев, А.И. Половинкин, Я.В. Сазонов, В.В. Чешев, Г.И. Шеменев). В последнее время проблематика философии техники в нашей литературе существенно расширяется. Если проанализировать те проблемы, которые лежат в основании различных концепций техники, то можно выделить четыре структурообразующих отношения, которые и определяют способ рассмотрения техники: техника и человек, техника и природа, техника и бытие, техника и социокультурный мир. В соответствии с этим все многообразие философских концепций техники может быть схематизировано, исходя из того или иного типа отношения, которое считается наиболее фундаментальным. Поэтому можно говорить об антропологии техники, о натуралистической онтологии техники, об онтологии техники и культурологии техники. Таковы типы философских концепций техники, которые, конечно, по-разному определяют и существо техники, и перспективы ее развития.

Нам импонирует позиция М. Хайдеггера, который в противовес антропологии техники разворачивает принципиально иной подход — онтологию техники, анализируя отношение «техника» и «бытие» и раскрывая фундаментальные изменения, произошедшие в отношении человека к бытию, обусловленные развитием техники.

Философская концепция техники М. Хайдеггера (1889-1976) противостоит антропологии техники и ее можно назвать онтологией техники. В центре его работ, переведенных на русский язык, «Поворот» (1949), «Вопрос о технике» (1953) — онтологическая интерпретация техники, ее связи с бытием, анализ ее в контексте отношения человека к бытию. Он не приемлет примелькавшееся представление о технике как средстве и как воплощении человеческой деятельности, инструментальный и антропологический подходы к технике. Неявно полемизируя с Ортегой-и-Гассетом и К. Ясперсом, Хайдеггер видит в технике способ конституирования мира. Техника несет с собой и выражает собой новое отношение человека к миру, новый способ раскрытия бытия. В этом техника родственна искусству и сопряжена с истинным познанием.

Подобно искусству, техника — творчество, отлагающееся в произведении, а поскольку всякое произведение выводит из потаенности в открытость, техника относится к той же области, где сбывается истина.

Однако современная техника связана с забвением бытия и его открытости. В этом исток той угрозы, которую несет с собой техника. Она формирует сугубо технический способ конституирования мира, где природа оказывается поставщиком энергии и материалов, ставится на службу производству как добычанию новой энергии, новых материалов, нового сырья. Техника из раскрытия потаенности бытия превращается в производящее, добывающее раскрытие, для которого бытие, ставшее сущим, поставлено как состоящее в наличии, функционально используемое человеком. Своеобразие современного сознания заключается в том, что онтологическая природа техники, ее сопряженность с тайной бытия исчезает, элиминируется из сознания. Вещь конституируется в горизонте техники, утрачивает свою индивидуальность и самостоятельность, подчиняясь власти собирательного начала — поставления бытия как состоящего в наличии. Способ обнаружения сущности техники, форма раскрытия потаенности бытия, правящего современной техникой, не будучи чем-то техническим, Хайдеггер называет поставом.

Особенностями этого способа отношения человека к бытию, которое с наибольшей силой выражено в технике и которое, по Хайдеггеру, составляет миссию и судьбу человека, являются:

- 1) превращение природы в материал и источник поставления энергии;
- 2) унификация, не постигающая многообразие и дифференцированность бытия;
- 3) функционализация, умаляющая индивидуальную самостоятельность вещи;
- 4) противопоставление субъекта и объекта, при котором объект включен в систему добывающего предоставления, сознание дистанцировано от сущего, а субъект, отождествляемый с опредмечиванием, становится лишь моментом развития технических средств;
- 5) подчинение всего и вся планирующему и проектирующему расчету, в том числе и калькуляции;
- 6) установка на господство, которая не ограничивается лишь осуществлением воли, а является способом онтологической конституции и мира, и вещи, и природы;
- 7) решающее значение производства, редуцирующегося к труду, обрабатывающему добычанию и изготовлению;
- 8) утилизация всего и вся и замещение природных вещей эрзацами;
- 9) нарастание риска вместе с техническим прогрессом и опасности техники для всей цивилизации, связанное с тем, что добывающее производство оказывается забвением бытия, что техника влечет за собой отстранение от истины бытия, его овеществление;
- 10) технизация естествознания и всей науки, которая возникла вместе с поворотом новоевропейского мышления в XVII в. и привела к усугублению технизации мира.

Учение Хайдеггера о технике с особой силой подчёркивает риск и опасность техники для современной цивилизации.

*Н.В. Самарова, В.Л. Солонкин*

## **КОММУНИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Для большинства предприятий проблема мотивации персонала стоит очень остро. При этом для достижения данной цели существует большое количество всевозможных способов и методов как материальной, так и нематериальной мотивации. Руководители стараются разнообразить существующую на предприятии систему мотивации, но зачастую это не приносит никакого результата или же эффект от проведенных мероприятий минимален.

Одной из основных проблем плохой работы является неправильная организация системы внутренних коммуникаций на предприятии (СВК). «Причинно-следственная связь между

эффективностью СВК и результатами деятельности организации подтверждается исследованиями, проведенными в среде сотрудников западных компаний, 28 % из которых показали, что нужная им информация доходит до них слишком поздно, а еще более половины (58 % сотрудников) считают, что распространяемая в компании информация не имеет отношения к профессиональной деятельности. Как следствие, 60 % из опрошенных сотрудников хотят сменить работу» [4]

Коммуникации с английского «communication» переводится как «сообщение, связь». При этом не стоит понимать коммуникацию как обычное общение между людьми, ключевым моментом здесь является результат этого общения. Все это понимают, но в определении не отражают. Так, «коммуникация – это процесс общения и передачи информации между людьми или их группами в виде устных и письменных сообщений, языка телодвижений и параметров речи». [3] Или же более узко, «организационная коммуникация – это процесс, с помощью которого руководители развивают систему предоставления информации большому числу людей и отдельным индивидуумам внутри организации, а также институтам за ее пределами». [4] Как видно из определения, уже здесь есть одна из причин возникновения проблемы коммуникаций на предприятии.

Зачастую коммуникации в организации осуществляются так: я передал информацию и ответственность за результат полностью ложиться на получателя. При этом отправитель не задумывается, а получил ли человек (подразделение) эту информацию, правильно ли он ее понял - то есть не учитывается человеческий фактор. А ведь сразу понятно, что такая организация коммуникаций ведет к множеству ошибок, тормозит выполнение задания и создает конфликтные ситуации на предприятии.

Вторым моментом является способ предоставления информации. «Самые редко используемые компаниями инструменты управления внутренними коммуникациями — «почтовые ящики» для сбора предложений, электронные СМИ, письма работодателю, деловые игры, презентации для сотрудников, электронные библиотеки, тематические фотостенды. Чаще всего компании используют внутренние собрания, рассылки сообщений, стенды с информацией и внутренние сайты» [4]. Сразу видно, что при самых популярных способах предоставления информации нет обратной связи, то есть опять получается ситуация – мы предоставили информацию, пользуйтесь ей. При такой ситуации работники получают недостаточно информации, так как руководство предоставляет им только то, что они считают нужным. Но возможна и другая ситуация, когда предоставляется чересчур много разнообразной информации. При этом работники просто заваливаются всевозможными документами, нормативами, объявлениями и им приходится тратить дополнительное время и силы для выбора необходимой и полезной информации. А это, как и недостаток информации, приводит к проблемам в выполнении поставленных поручений.

Бывает, что в неверной интерпретации виноваты не отправители, а получатели информационного сообщения, то есть некомпетентность отдельных работников организации может привести к неверному истолкованию сообщения. Данную ситуацию можно исправить лишь замещением работника или его развитием, что требует финансовых затрат, поэтому чаще на это просто не обращают внимание.

В процессе устной передачи информационного сообщения в организации возникает эффект «сломанного телефона». То есть при устной передаче сообщение будет непременно искажено, что-то будет утеряно, другое добавлено. Это совершенно естественно. Во-первых, не все люди обладают феноменальной памятью и могут точно запомнить сообщение. Во-вторых, люди неосознанно стремятся сократить время передачи информации, что приводит к ее сокращению. И, в-третьих, как уже говорилось, люди не всегда воспринимают информацию точно так, как человек, передавший ее.

Таким образом, объединяя сказанное ранее, получаем причины неудовлетворительной работы сотрудников, связанные с организацией системы внутренних коммуникаций:

- искажение сообщений;
- информационные перегрузки;

- неэффективная структура организации;
- некомпетентность персонала;
- неэффективный способ организации работ и распределения задач;
- конфликты.

Из этого следует, что необходимо осуществлять мероприятия по улучшению коммуникаций на предприятии. Эти действия помогут сотрудникам получать качественную, своевременную и необходимую информацию, что приведет к повышению эффективности работы как отдельных сотрудников, так и подразделений предприятий.

Руководителям организаций можно посоветовать:

- «создавайте системы обратной связи;
- регулируйте информационные потоки;
- предпринимайте управленческие действия, способствующие облегчению обмена информацией по вертикали и горизонтали;
- развертывайте системы сбора предложений;
- используйте внутриорганизационные информационные системы: корпоративные печатные издания, стенгазеты, стенды и т. п.;
- применяйте достижения современных информационных технологий» [5].

#### ***Библиографический список***

1. Роль коммуникаций в организациях, или парадоксы общения // Управление компанией, 2004.
2. Мескон, М., Альберт, М., Хедоури, Ф., Основы менеджмента. Ч. 2: связующие процессы / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – Москва, 1997. - 704 с.
3. «Понятие о коммуникациях. Значение коммуникаций в организации» (<http://partnerstvo.ru/lib/to/node/65>)
4. Мельман, В.М. Система внутренних коммуникаций в организациях // Провизор, №15 от 1.08.2008 г.
5. Плотников, М.В. Эффективные коммуникации в организации ([http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii\\_organizacija.html](http://www.elitarium.ru/2008/11/26/kommunikacii_organizacija.html))

***Н.Н. Смирнова, Л.Р. Кутуева***

### **ИСТОЩЕНИЕ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ**

Интенсивное развитие мировой экономики оказывает существенное влияние не только на экологию планеты, но и состояние природных ресурсов. Истощение природных ресурсов – одна из глобальных экологических проблем человечества.

Со второй половины XX века масштабы и темпы добычи минерального сырья (нефти, газа, угля, полезных ископаемых) резко возросли. В то же время значительная часть известных на сегодня запасов минеральных ресурсов залегает в сложных условиях или представлена относительно бедными месторождениями. Их разработка требует гораздо больших, чем раньше, капиталовложений, более совершенной технологии добычи и переработки. Такими же быстрыми темпами растет потребление электроэнергии. Однако основными источниками на сегодня остаются по-прежнему невозобновимые ресурсы: нефть, уголь, газ, торф, уран. Использование невозобновимых ресурсов влечет за собой цепь частных последствий, важных для биосферы: преобразование ландшафтов, изъятие площадей природных экосистем, деградация почв, изменение распределения грунтовых вод и др.

Из всей получаемой мировой экономикой первичной энергии только около 14% производится с использованием возобновляемых ее источников (водные и воздушные потоки, приливы и отливы, биомасса, солнечная радиация, геотермальные ресурсы). Более 6%

потребностей в энергии удовлетворяется с помощью АЭС, а остальные 80% сжиганием невозобновляемых природных ресурсов.

Сегодня нет точных данных относительно того, на какой срок человечество может считать себя обеспеченным ископаемым топливом и минеральным сырьем. Однако ясно, что их запасы исчерпаемы и невозобновимы. Поэтому во всех развитых странах необходимо уделять больше внимания сбору и вторичной переработке отходов.

В СССР утилизации придавалось большое значение. Были разработаны унифицированные бутылки для молока, пива и прохладительных напитков, по всей стране существовали пункты сбора стеклотары. Для сбора макулатуры и металлолома привлекались школьники и члены пионерской организации. Был налажен жесткий учет драгметаллов, применяемых в промышленности, в частности, в электронике. К сожалению, в современной России, как и во многих других странах, проблеме утилизации отходов уделяется гораздо меньше внимания. Любые отходы - это химические вещества, которые могут и должны стать сырьем для получения различных продуктов. Поэтому отходы следует рассматривать как вторичные материальные ресурсы. В настоящее время в нашей стране за счет использования вторичного сырья производится около 30% стали и 20% цветных металлов. Необходимо отметить, что энергоемкость производства алюминия из вторичного сырья в 20 раз, а стали в 10 раз ниже, чем энергоемкость их производства из первичного. Капитальные вложения при переработке вторичного сырья примерно в четыре раза меньше, чем при переработке первичного.

Неиспользуемые отходы – это миллиарды тонн выведенных из хозяйственного оборота безвозвратно теряемых материальных ресурсов.

В настоящее время реализуется *Федеральная целевая программа “Отходы”*, задача которой – снижение уровня загрязнения окружающей среды отходами и экономия природных ресурсов за счет максимально возможного вторичного вовлечения отходов в хозяйственный оборот. Программа включает в себя задачи по снижению объемов их образования на основе внедрения малоотходных и безотходных технологий, сокращения количества опасных остатков производства за счет применения новых технологий, а также задачи экологически безопасного их размещения.

Несмотря на некоторый прогресс в области охраны окружающей среды в общем и в обращении с отходами, в частности, ситуация по данному вопросу в России по сравнению со многими развитыми странами мира остается напряженной. Промышленным способом перерабатывается только 3,5% твердых бытовых отходов, а остальные вывозятся на полигоны и свалки. До сих пор в России ничтожно мало число предприятий по обезвреживанию и захоронению токсичных промышленных отходов, отвечающих необходимым требованиям, практически не выпускается оборудование для этих целей. Если не предпринять срочных мер, Россия может превратиться в «свалку отходов».

Охрана невозобновляемых природных ресурсов состоит в их экономном, рациональном, комплексном использовании, предусматривающем возможно меньшие потери при их добыче и переработке, а также заменяемость этих ресурсов другими природными или искусственно созданными.

**О.Л. Трухинова**

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

Современная глобальная финансовая система характеризуется значительными потоками капиталов, ускорением их движения, дерегуляцией, неустойчивостью развития и тесными взаимосвязями национальных финансовых рынков на базе информационных технологий. В результате мирового финансового кризиса стало ясно, что надежность, прозрачность и

понятность информации чрезвычайно важны для принятия управленческих решений и необходимы для привлечения инвестиций.

Основой информационных систем управления в современных условиях является бухгалтерский учет, на долю которого, по данным МФ РФ, приходится более 75% финансово-экономической информации. Дальнейшие перспективы систем управления напрямую связаны с состоянием бухгалтерского учета [1]. В связи с этим особое значение приобретает то, какие стандарты (правила, принципы) бухгалтерского учета используют хозяйствующие субъекты.

В настоящее время наибольшее распространение в мире получили международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). Более 100 стран мира, в том числе весь ЕС, уже применяют МСФО или находятся в стадии сближения с ними. МСФО является инструментом, используемым инвесторами и другими пользователями информации отчетности для финансового анализа и принятия стратегических решений. Основная цель МСФО – достижение максимальной открытости и сопоставимости отчетности различных компаний. Глава Совета по МСФО (IASB), занимающегося разработкой этих стандартов, сэр Дэвид Твиди заявил: “Финансовый кризис наглядно показал, что инвесторы нуждаются в четком понимании содержания финансовой отчетности компаний касательно финансовых инструментов, находящихся во владении либо же выпущенных этими организациями. Одной из ключевых компонент восстановления доверия инвесторов к рынку является обеспечение их четкого понимания отчетности компаний” [2].

Макконнел, член Совета МСФО, отмечает, что рынки сейчас имеют глобальный и взаимосвязанный характер. И для того, чтобы им нормально функционировать, в глобальном масштабе нужно использовать только один набор качественных стандартов бухгалтерского учета для того, чтобы инвесторы на рынке могли оценить свои возможности на сопоставимой основе, а не распределять свой капитал неэффективно, что может произойти в случае, если будут использовать различные системы бухгалтерского учета в разных странах мира [3].

Теоретически такая идея выглядит идеально, но на практике возникают затруднения. Так, в прошлом году наблюдались разногласия между Советом по МСФО и европейскими министрами финансов 27 стран ЕС, особенно Германии и Франции. Последние обвиняли IASB в «англоцентризме».

В США уроки кризиса были восприняты как последствия недооценки международных стандартов в условиях глобализации. Но вместе с тем американская Национальная ассоциация советов по финансовой отчетности (NASBA) в 2009 году заявила, что более приемлемым является не прямое принятие МСФО, а конвергенция (постепенное сближение систем учета с международными стандартами) [4]. В рамках этого процесса проходило постоянное сотрудничество между Советом по МСФО и Американским советом по стандартам финансовой отчетности (FASB), в результате которого происходит устранение различий между U.S. GAAP и МСФО. Для освещения достигнутых результатов публикуются ежеквартальные отчеты. По мнению Дэвида Твиди, конвергенция должна завершиться в июне 2011 года, после чего начнется «период стабильности» [5].

Вместе с тем, идея конвергенции американских и международных стандартов подвергается критике со стороны некоторых органов стран ЕС. В частности, лорд Адэр Тернер (председатель Управления финансового надзора Великобритании - FSA) считает, что существуют противоречия между подходами FASB с одной стороны и IASB и европейскими участниками с другой по ряду вопросов. Среди них встречаются и фундаментальные вещи, например, для кого составляется банковская отчетность – для банковских регуляторов или для инвесторов? «И конечно, такая напряженность остается и среди разработчиков бухгалтерских стандартов, усложняя прогресс конвергенции международных стандартов. Совет по международным стандартам финансовой отчетности под руководством Дэвида Твиди всегда был сторонником идеи, что решение нужно искать в диалоге с финансовыми регуляторами, придерживающимися наиболее разумных подходов. Американский Совет по стандартам финансовой отчетности всегда был приверженцем одной философии - «финансовая отчетность

только для инвесторов!» - и при этом финансовая отчетность банков не должна восприниматься как-то по-особенному», - говорит Адэр Тернер [6].

Тем не менее, в мире наблюдается «вторая волна принятия МСФО», присоединение таких стран как Бразилия, Индия, Канада, Япония, Малайзия, Мексика, Аргентина, Индонезия и других [5].

В 2010 году Международная федерация бухгалтеров (IFAC) провела опрос среди своих членов в 123 странах. В результате названы наиболее важные задачи в области разработки и применения МСФО:

- повышение доверия к международным стандартам финансовой отчетности и аудита, как в частном секторе, так и среди госпредприятий;

- внедрение международных стандартов, включая тех из них, что касаются корпоративного управления;

- оказания посильного влияния на страны G20, чтобы те освободили от излишнего давления предприятия малого и среднего бизнеса, будь то за счет введения новых законодательных требований или изменения уже действующих.

«Чтобы двигаться дальше после этого кризиса и обеспечить защиту инвесторам и налогоплательщикам, ответственные за это стороны по всему миру обязаны внедрить качественные глобальные стандарты», - замечает исполнительный директор IFAC Ян Болл. – «Очень важно, чтобы правительства и финансовые регуляторы принимали у себя ответственные решения и следовали путем международных единых стандартов» [7].

Исследования, проведенные Министерством финансов РФ, показали, что составление отчетности непосредственно по МСФО является возможным для российских хозяйствующих субъектов, хотя и существуют некоторые факторы, сдерживающие массовое применение МСФО в России. Например, недостаточное количество квалифицированных кадров, большие финансовые затраты на первом этапе внедрения МСФО и другие [1]. Таким образом, хотя ключевую роль в глобальном внедрении международных стандартов учета и отчетности играет ЕС, в их использовании объективно заинтересованы многие страны мира. В результате более широкого применения МСФО улучшается функционирование мировой финансовой системы, и создаются предпосылки для предотвращения и преодоления кризисных ситуаций и развития инвестиционной деятельности.

#### ***Библиографический список***

1. Министерство финансов Российской Федерации, академия бюджета и казначейства. Отчет о научно-исследовательской работе «Критерии оценки возможности составления определенным кругом хозяйствующих субъектов индивидуальной отчетности непосредственно по МСФО (вместо российских стандартов)».
2. «Совет по международным стандартам финансовой отчетности (IASB) продолжает свою работу над разработкой нового стандарта» [http://gaap.ru/news/gaap\\_ifrs/3306](http://gaap.ru/news/gaap_ifrs/3306).
3. «Статус МСФО в современном мире». <http://www.glavbukh.ru>.
4. «NASBA призывает SEC отозвать "дорожную карту МСФО"» Gaap.ru.
5. «IASB ожидает стабилизации стандартов финансовой отчетности в 2011 году» 17 марта 2010 г. Gaap.ru.
6. «Глава британского FSA критикует идею конвергенции стандартов» 01 февраля 2010 г. Gaap.ru.
7. «Глобальный опрос IFAC показал необходимость международных стандартов для поддержания финансовой стабильности» 04 марта 2010 г. Gaap.ru

***А.В. Усков, М.П. Степанова***

### **ОСОБЕННОСТИ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ НА РАЗЛИЧНЫХ РЫНКАХ В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Влияние асимметрии информации на благосостояние потребителя в условиях глобализации экономики существенно возрастает. Этот факт пытались описать многие

исследователи экономических явлений. Один из них – Джордж Акерлоф. В России и за рубежом широко известна предложенная им модель, получившая в экономической теории название «рынок лимонов», которая описывает положение на рынке продавцов продукции различного качества [3, с.91]. Смысл модели заключается в следующем: если покупатель рассчитывает, что с вероятностью больше нуля предлагаемый ему товар имеет высокое качество, продавец имеет стимул продать ему товар низкого качества.

В условиях асимметрии информации продавцы товара высокого качества, скорее всего, вынуждены будут уйти с рынка, поскольку равновесная цена на определенный товар окажется ниже цены товара высокого качества. При этом непосредственной причиной вытеснения лучших продавцов с рынка оказывается решение самих покупателей, заинтересованных в приобретении высококачественных товаров.

С октября 1978 по апрель 1980 г. в США было проведено исследование рынка подержанных автомобилей. Покупателей подержанных автомобилей, просили указать канал приобретения автомашины, оценить технические характеристики купленного автомобиля (на момент приобретения) по 10-балльной шкале, предоставить сведения о необходимости ремонта и затратах на ремонт. Оказалось, что в тех сегментах рынка, где асимметрия информации о качестве сильнее (покупка у дилеров), качество машин было ниже, о чем говорят высокие расходы на ремонт. Люди, купившие автомобиль у знакомых, потратили в среднем за год на ремонт 418 долл., купившие автомобиль у продавцов, рекомендованных знакомыми, – 449 долл., а те, кто приобрел автомобиль у дилеров, – 533 долл. [2, с.331].

Особенность «рынка лимонов» состоит в том, что он неорганизован. Однако асимметричность информации наблюдается и в условиях высокого уровня организации рыночных институтов. Это, прежде всего, финансовые рынки и рынок труда. Для них эффекты, связанные с асимметричностью информации, особенно значительны. Рассмотрим примеры таких рынков.

*Рынок страхования.* В страховании основой для заключения контракта между продавцом и покупателем является неопределенность. При невозможности деления клиентов на группы по степени риска, страховые компании устанавливают для всех единый размер страхового взноса. В результате клиенты с низкой степенью риска переплачивают за риск. Таким образом, при отсутствии информации о клиентах страхователь осуществляет «ухудшающий отбор». Этой ситуации можно было бы избежать, если бы участники рынка располагали одинаковой информацией о риске. Следствием ухудшающего отбора является неэффективная работа рынка, неэффективное размещение ресурсов, а сам «ухудшающий отбор» является следствием информационной асимметрии.

С проблемой «ухудшающего отбора» и информационного неравенства также связан случай так называемого «морального риска». Например, приобретение страховки индивидом может побудить его чаще рисковать. Как результат у страховой компании возрастают расходы, что приводит к увеличению размера страхового взноса для всех, а не только для виновника увеличения расходов, а также к увеличению социальных издержек. Следовательно, рынок страхования в условиях асимметрии информации является неэффективным.

*Кредитный рынок.* При предоставлении кредита банки занижают процентные ставки относительно равновесного уровня и осуществляют рационирование кредита, требуя его надежного залогового обеспечения. Высокие процентные ставки отпугивают в первую очередь серьезных клиентов, имеющих умеренно рентабельные проекты и не склонных к риску. В то же время мошенники берут кредиты независимо от величины банковских процентов. Грамотная кредитная политика банков позволяет снизить риски неплатежей.

*Рынок ценных бумаг.* В случае с ипотечными ценными бумагами проблема асимметрии информации проявляется в том, что их эмитент имеет больше информации, чем инвестор, относительно качества предлагаемых ценных бумаг и стоящих за ними ипотечных кредитов. Отсутствие у инвесторов достаточного объема информации об ипотечных ценных бумагах может привести к тому, что они не решатся покупать ценные бумаги или потребуют повышения доходности по таким бумагам в качестве компенсации за риск [1, с. 54]. На наш взгляд,



основное решение проблемы асимметрии информации состоит в установлении между выпусками ценных бумаг очередности исполнения обязательств. Выпуск ипотечных ценных бумаг последней очереди представляет собой самый рискованный транш, на котором лежит риск неисполнения обязательств по ипотечным кредитам, входящих в состав ипотечного покрытия. В международной практике инициатор рефинансирования ипотечных кредитов может приобрести весь выпуск последней очереди себе в собственность, показывая тем самым наличие у пула ипотечных кредитов приемлемого качества.

*Рынок здравоохранения.* На рынке медицинских услуг покупка услуг врача рассматривается как плата за его профессиональные знания. Но врач и пациент обладают различной информацией, и врач может рекомендовать пациенту более дорогой курс лечения. Асимметрия информации также проявляется в условиях конкурентной борьбы между лечебными заведениями. Как показали исследования зарубежных стран, недостаток данных может стать причиной негативного влияния конкуренции больниц на качество лечения. Это дает дополнительный аргумент в пользу усиления мер, направленных на повышение прозрачности показателей, обработку информации о деятельности системы, и на дальнейшие более детальные оценки причинно-следственных зависимостей [4, 124]. Асимметрия информации при условии её усиления становится одной из главных проблем в экономике здравоохранения, мешающая выйти на общественно эффективные уровни затрат, объемов, качества медицинской помощи.

*Рынок труда.* Асимметрия информации на рынке труда проявляется уже на стадии найма работников. На данном этапе работодатель не знает реального качества приобретаемого товара. Однако доступен ряд характеристик (образование, возраст, пол, национальность, опыт работы), которые рассматриваются как сигнальная информация о качестве рабочей силы, возможностях и способностях работника.

Исходя из анализа финансовых рынков, можно сделать вывод, что информационная асимметрия более характерна для отдельных отраслей сферы услуг, чем для производственной сферы. На наш взгляд, снизить остроту проблемы асимметрии информации могут такие экономические инструменты, как репутация организации, предоставление гарантий со стороны производителей товаров и продавцов, а также повышенные расходы на рекламу, низкая входная цена др. При решении проблемы не обойтись также без обществ защиты прав потребителей, СМИ, исполнительных органы государственной власти и местного самоуправления.

#### ***Библиографический список***

1. Bernard, S. The Core Institutions that Support Strong Securities Markets // 55 Business Lawyer. 2000.
2. Carlton, D., Perloff, J. Modern industrial organization. New York, 1994.
3. Акерлоф, Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм / Дж. Акерлоф. - THESIS. 1994. Вып. 5.
4. Капицына, Н.А. Модели рыночных отношений в больничном секторе // Материалы VIII Межд. научно-практ. конф. «Модернизация экономики и общественное развитие» (3-5 апреля 2007г.). – М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2007. С. 124-126.

***В.Д. Фетисов, В.Г. Дьякова, Т.В. Фетисова***

### **ЭКОНОМИКА И НЕФОРМАЛЬНОЕ ФИНАНСОВОЕ ПРАВО В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Мировая экономика, согласно научным исследованиям ООН, состоит из формальной (наблюдаемой) и неформальной (ненаблюдаемой) частей, включающих соответственно формальные и неформальные финансы. Первая функционирует на основе официальной (государственной) системы права. Естественно, возникает вопрос: каким образом существуют

неформальная экономика и неформальные финансы, охватывающие в от 10 до 70% внутреннего валового продукта большинства стран? Особую злободневность проблема имеет в России в эпоху бурного развития глобальных социально-экономических коммуникаций. От ее решения во многом зависят как совершенствование экономической и юридической науки, так и механизм и характер социально-экономического развития общества.

Любое управленческое действие в сфере финансов неотъемлемо имеет правовое основание в виде того или иного правового акта. Однако в силу своего субъективного характера все акты различны. При этом некоторые из них могут противоречить как друг другу, так и реальной практике. Данное положение обуславливает характерную проблему общества: разделения финансового права на официальное (формальное) и неофициальное (неформальное) право. Феномен «неформальное финансовое право» относится к числу мало исследованных проблем теории и практики права. Можно не признавать и отторгать неформальное финансовое право, считать его выдумкой, фантазией, но не замечать неформальной экономики и неформальных финансов – значит уподобляться страусу в известной классической позе.

Неформальное финансовое право – это социальное явление, представляющее, с одной стороны, социальную категорию, а с другой, – субъективный инструмент регулирования имущественных отношений. Как категория неформальное финансовое право выражает скрытые отношения экономических субъектов по поводу формирования и использования денежных фондов. Экономическими субъектами могут быть международные организации, государства, территориально-административные структуры, юридические и физические лица, неформальные образования. При этом одни из них выступают в активной, другие – в пассивной форме. Объектом служат имущественные отношения, имеющие стоимостную оценку. В качестве субъективного инструмента неформальное финансовое право представляет систему правил, регулирующих тайный порядок функционирования денежных фондов экономических субъектов.

Можно выделить следующие пять наиболее существенных признаков неформального финансового права.

1. Неформальное финансовое право — проявление юридического плюрализма. Государство не обладает исключительной монополией на финансовое право. Анализ практики финансовой деятельности показывает, что в мире, любом государстве, внутри организаций, неформальных образований и домохозяйств существуют нормы и соответствующие им правовые порядки, не относящиеся к официальному национальному финансовому праву. Иными словами, множество различных финансовых сделок государственных структур, организаций и физических лиц осуществляется по негласным правилам.

2. Неформальное финансовое право — своеобразный свод правил, обязательных к исполнению предписаний или установок, регламентирующих этапы противоправной финансовой деятельности. На основе неформального права возникает неофициальный порядок регулирования стоимостных отношений, функционирующий вне сферы государственных законов. По форме теневое право представляет собой совокупность письменных или устных установок, а также комплекс символических знаков, жестов, ритуалов.

3. Специфический отличительный признак неформального финансового права - скрытый (тайный) характер. Различаются частная, корпоративная, государственная, международная тайна, тайна неформального образования. Базовой на всех уровнях экономики является личная тайна. Секреты государства и организаций, в конечном счете, выражают тайны отдельных физических лиц. Двойственная природа явления "тайна" находит отражение в современном праве. С одной стороны, правовые нормы охраняют тайну частной собственности, а с другой, – стремятся к ее раскрытию и регулированию. При этом нахождение оптимума часто происходит методом проб и ошибок.

4. Неформальное финансовое право имеет ярко выраженный рискованный характер, действие которого включает правовой и экономический аспекты. Участие в неформальных финансовых правоотношениях автоматически ставит активного субъекта в условия той или

иной официальной правовой несостоятельности. Неправовой характер теневых финансов означает их противоправность либо злоупотребление официальным правом.

5. Любое право, как известно, защищается правовыми и силовыми структурами экономических субъектов общества (суд, милиция и т.д.) Для неформального финансового права силовая защита имеет особое значение, а поэтому носит ярко выраженный характер. За нарушения в неформальных отношениях применяются моральные, материальные, физические и социальные санкции. Специфичность защиты норм неформального финансового права заключается в более высоком уровне санкций, включая высшую меру наказания.

Соотношение официального и неформального финансового права в реальной действительности строится на принципах субординационного дополнения, взаимного сосуществования и антагонистического взаимоисключения. Возникающие коллизии между нормами обеих сфер представляются вполне разрешимыми. Доказательством тому служат многочисленные факты из мировой и национальной практики, в частности, коррупционные истории с немецкой компанией Daimler AG, британской BAE и другими [1].

Необходимо:

- во-первых, признать в правовой науке и практике существование неформального права вообще и неформального финансового права – особенно;

- во-вторых, выявить внутренние и внешние связи, субординацию и обусловленность положительных и отрицательных регулятивных механизмов неформальных финансовых правил; создать систему блокирования, нейтрализации и преодоления негативных последствий неформального финансового права и определить направления, способы, приемы учета и использования положительных моментов теневого финансового регулирования;

- в-третьих, повысить эффективность использования неформальных отношений для совершенствования системы финансовых коммуникаций в России и мире.

Вопросы, связанные с неофициальным финансовым правом, нельзя не учитывать сегодня на фоне отчуждения человека от норм официального права. Его влияние на современное глобальные коммуникации весьма велико. Претворение в жизнь предлагаемых путей совершенствования действующего российского законодательства и оптимизации процесса правового воспитания с целью учета неформального финансового права даст возможность обоснования научного подхода к регулированию неформальной экономики внутри страны и за рубежом, а в конечном итоге значительно повысить эффективность бурно развивающихся глобальных экономических коммуникаций.

---

1. [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://www.forbesrussia.ru/news/46982-daimler-vyplatit-v-ssha-185-mln-shtrafa-za-vzyatki-chinovnikam-22-stran>

*Е.Ф. Шестакова, Е.В. Новожилова*

## **ЭКОНОМИКА БЫСТРЫХ ПЕРЕМЕН**

Мы живем сегодня в хаотичный переходный период, который формируется глобальной конкуренцией, быстрыми переменами, более быстрыми потоками информации и коммуникаций, увеличивающейся сложностью бизнеса и всепроникающей глобализацией. Скорость перемен стала настолько высокой, что привела к рождению новой эры бизнеса. В результате на сегодняшнем рынке стали доминировать абсолютно новые фирмы, которые совсем недавно даже не существовали, а из старых мировых лидеров-гигантов выжили только те, которые сумели научиться двигаться быстрее. Эта новая экономическая и деловая среда также

характеризуется частыми технологическими прорывами, быстро меняющимися правилами игры на рынке и формированием нового покупателя, который приспособился к этим быстрым переменам и приоритеты которого стали меняться со скоростью показа телевизионных реклам.

В бизнес-пространстве постоянно создаются новые измерения. Такие силы, как технологические прорывы, экономический рост, эволюция рынка, изменения во вкусах покупателей, социальные изменения и политические события могут расширить или сократить бизнес-пространство. Многочисленные бизнес-пространства, созданные в последнее время, изменяют перспективы. Эти незанятые территории открывают море возможностей перед технологическими и стратегическими инноваторами, которые могут заметить или создать их быстрее своих конкурентов. Возможности велики, но также велики конкуренция и шансы потерпеть неудачу.

На взгляд авторов, сегодняшняя эпоха быстрого роста развивается большими скачками, создает новые отрасли, разрушает старые и ускоряет в процессе этого экономический рост. Ожидания возрастают повсеместно, креативность процветает во всех областях. Новые экономики быстро индустриализируются, и каждый присоединяется к цифровой революции, предоставляющей неограниченный доступ к информации и удобной электронной коммерции. Идеи, технологии и капиталы, направленные на удовлетворение новых нужд, текут свободным потоком.

Новая экономика открывает неограниченные возможности для предпринимательства. В 2003 г. в США среди компаний, достигших высокой капитализации и котирующихся на бирже, поразительно высока была доля фирм (61%), которые начались с малого домашнего бизнеса создателя фирмы, причем 16% всех котирующихся фирм были созданы со стартовым капиталом менее US\$1000. Эти факты являются вдохновляющим свидетельством того, как много предприниматель может достичь сегодня, строя свой бизнес на идее, время которой пришло.

Бизнес-пространство, технологии, процессы и бизнес-модели становятся все более сложными. Это происходит из-за того, что новые характеристики добавляются часто, а удаляются редко. Измерения бизнес-пространства все время увеличиваются, увеличивая сложность и создавая привлекательные возможности для тех, кто научился успешно ориентироваться и продвигаться вперед в новой среде. Эта сложность также уменьшает эффективные размеры фирм, поскольку нарастающая конкуренция требует от фирм все большей мобильности и гибкости.

Информация становится все более и более доступной по всему миру. По мнению авторов, покупатели, конкуренты и инноваторы имеют возможность установить контакт друг с другом в мгновение. Технологические перемены, особенно в информационных и коммуникационных технологиях, привели к возникновению Информационной эпохи и далее преобразовали ее в Эпоху знаний.

Власть покупателя резко усилилась благодаря конвергенции ряда давно развивающихся тенденций. Во-первых, недостаток продуктов и услуг сменился их избытком. Основной причиной этого явилось непрерывное появление новых технологий, которые резко повысили производительность предприятий и таким образом снизили стоимость выхода на рынок и расширения во многих отраслях. Во-вторых, глобализация привела к тому, что большее количество компаний стало пытаться завоевать одних и тех же покупателей. В то же самое время покупатели стали более информированными и изощренными. Информационные технологии дали покупателям возможность находить и анализировать конкурирующие продукты и делать хорошо обоснованный выбор. Покупатели обнаружили, что у них есть выбор и власть, чтобы им воспользоваться. Сегодня покупатели агрессивно ищут альтернативные варианты, сравнивают предложения и выбирают наиболее им подходящее. В-третьих, многие продукты стали виртуальными, а быстрые технологические изменения резко сократили цикл жизни продуктов. В результате на рынке появляется много схожих предложений и становится очень сложно дифференцироваться от конкурентов в глазах покупателей. Это в свою очередь дает покупателю еще больше власти. В совокупности эти явления превратили экономику, доминируемую поставщиками, в экономику, движимую покупателем.

Знания и непрерывное обучение сегодня стали критическими компонентами успеха. В новой экономике важность знаний в производстве новых продуктов и услуг резко возросла, и знания стали доминирующей компонентой в создании потребительской ценности. Превращение знаний в основной источник создания ценности привело к тому, что лидерами новой экономики стали компании, которые научились эффективно управлять знаниями: создавать, находить и интегрировать знания в новые продукты и услуги быстрее, чем их конкуренты.

Интернет изменяет саму природу бизнеса и конкуренции. По мере того, как возникают новые способы создания и доставки покупателю продуктов и услуг через Интернет, конкуренция перестает ограничиваться кругом известных игроков и начинает включать как новые фирмы, так и инновации, новые идеи и способы улучшения существующих процессов и продуктов или замещения их.

Армия Интернет-предпринимателей в мире быстро растет, давно уже перевалив за отметку 100 млн человек. Сегодня Интернет-предприниматель на основе своих оригинальных идей может в течение нескольких часов создать виртуальное расширенное предприятие и один наладить производство различных товаров, их продажу и доставку по всему миру.

Радикальные изменения в конкуренции, технологиях и мировоззрении работников заставляют компании искать новые, более ориентированные на человека, способы увеличения продуктивности и конкурентоспособности. Самые большие перемены произошли под влиянием информационных и коммуникационных технологий. Способность получения доступа к самым разнообразным источникам информации в течение минут и все более дешевой передачи информации на огромные дистанции и со все более хорошим качеством трансформируют способы общения и взаимодействия между людьми и компаниями.

Глобализация – не новое явление, но сегодня она стала все более быстрой и всепроникающей. Барьеры, создаваемые географическими расстояниями, становятся все меньше и меньше. Рынки быстро глобализуются, так же, как и фирмы, которые на них конкурируют. Значительная доля продаж компаний происходит вдали от сета расположения их штаб-квартир. Географическая близость все меньше становится условием для сотрудничества. Рост международной торговли в мире более чем в пять раз превышает рост суммарный рост валового национального продукта.

Рынки капитала сильно усовершенствовались. Новые инвесторы лучше информированы, более инновационны и активны, и сами становятся двигателями перемен, требуя от компаний более высокой продуктивности и прозрачности. Конкуренция сегодня строится больше на основе способностей, чем активов. Новая конкурентная динамика привела к значительной нестабильности прибыльности компаний. Новые продукты, услуги и конкуренты возникают с невероятной скоростью. Конкурентное давление все усиливается, и компаниям становится все труднее стать лидерами на рынке и удержаться наверху.

*Н.Н. Штыкова, Л.А. Коршунова*

## **ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ИНСТИТУТА ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИСТРАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИИ С УЧЕТОМ ОПЫТА ГЕРМАНИИ**

Институт государственной регистрации юридических лиц в России характеризуется достаточно широкой нормативно-правовой базой. В 2001 году был принят специальный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей», который существенно изменил порядок названной процедуры по сравнению со старым законодательством. В рамках проведения широкой административной реформы в целях устранения административных барьеров, препятствующих развитию свободного предпринимательства, в данный закон в 2008 году были внесены глобальные изменения. Кроме того, в дополнение к основному закону был принят целый пакет подзаконных актов, детализирующих некоторые его нормы. Однако российские правоведы, исследующие тему

государственной регистрации юридических лиц, сходятся во мнении о том, что в настоящий момент данный институт снова нуждается в существенном реформировании. Пути такого реформирования многие видят в заимствовании опыта зарубежных стран, а именно, Германии.

Выбор в пользу заимствования именно германского опыта в данном вопросе был сделан неслучайно. Во-первых, германская правовая система, как представительница общей для двух стран романо-германской правовой семьи издавна служила российским законодателям, а также и юристам интеллектуальным «источником права». Такое тяготение отечественного права к немецкой юриспруденции, предопределённое различными социальными факторами, зародилось в XIX веке и во многом остаётся ощутимым и в современной российской правовой системе. Во-вторых, сама процедура регистрации юридических лиц в обеих странах достаточно похожа, однако в силу особенностей, свойственных немецкому законодательству по данному вопросу, в Германии указанный институт права функционирует гораздо стабильнее и успешнее.

В нашей стране процедура государственной регистрации относится к компетенции различных органов. Коммерческие юридические лица регистрируются территориальными подразделениями налоговой службы, некоммерческие – органами юстиции. Остановимся подробнее на коммерческих организациях. Наряду с фискальными функциями Федеральной налоговой службы в круге ее полномочий оказались и функции государственной регистрации юридических, а также физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью. Такое сочетание функций возможно преследовало, в конечном счете, цель повышения эффективности работы по взысканию налогов. Однако данное положение дел породило, по крайней мере, две проблемы.

Во-первых, ведение реестра юридических лиц требует необходимой юридической квалификации, главным образом в области гражданского права, которая заведомо отсутствует у работников налоговых органов. Они не разбираются в правомочиях органов управления, решениях о различных видах реорганизации юридических лиц, их ликвидации, последствиях этих решений и т.п.

Во-вторых, регистрирующий орган не обязан проверять достоверность и соответствие законодательству представленных данных заявителя. Отказ в регистрации возможен лишь в случае непредставления всех необходимых документов или представления их в ненадлежащий регистрирующий орган. Действующее законодательство предусматривает, что достоверность данных, представляемых при регистрации создаваемого юридического лица, подтверждается заявителем, подлинность подписи которого должна быть нотариально засвидетельствована.

Возможные пути выхода из сложившейся ситуации Исследовательский центр частного права при Президенте Российской Федерации в проекте Концепции развития законодательства о юридических лицах видит в том, что целесообразно закрепить функции по регистрации всех юридических лиц и ведению Единого государственного реестра за органами юстиции, а наиболее эффективно эта функция могла бы быть реализована арбитражными судами. Кроме того, по мнению исследователей, следует установить обязательную юридическую экспертизу содержания учредительных документов на соответствие законодательству. Такие предложения явно опираются на опыт германской системы. Согласно Германскому торговому уложению, ведением торговых регистров (аналог российского ЕГРЮЛ) занимаются участковые суды, проверяющие достоверность и соответствие законодательству представленных данных заявителя. Такая проверка делает процедуру регистрации более длительной (шесть недель против пяти дней по российскому праву), однако позволяет осуществлять контроль за субъектами хозяйственного оборота уже на стадии регистрации, и тем самым предотвращать возможные правонарушения с их стороны.

Другая существенная проблема в правоприменительной практике российского законодательства о регистрации юридических лиц является следствием предыдущей. Отсутствие требования законодательства о проверке достоверности представленных сведений регистрирующегося юридического лица влечет за собой отсутствие принципа публичной достоверности данных Государственного реестра юридических лиц, что в свою очередь делает невозможным для партнеров юридического лица, государственных и муниципальных органов

получить необходимые объективные сведения о юридическом лице. Кроме того, несмотря на то, что в законодательстве продекларирован принцип единства реестра юридических лиц, в действительности реестр не является единым, а представляет собой регионально разобщенные базы данных. Решением данного вопроса разработчики Концепции развития законодательства о юридических лицах видят во введении принципа публичной достоверности реестра юридических лиц, т.е. любое добросовестное лицо, полагавшееся на данные реестра, не затрагивается несоответствием данных реестра фактическим обстоятельствам. Также в законодательстве о регистрации юридических лиц предполагается закрепить обязанность своевременного информирования заинтересованных лиц об изменениях учредительных документов или данных, содержащихся в Государственном реестре, на основе рыночных механизмов и на базе современных информационных технологий. Такой подход к решению сложившейся проблемы также наблюдается в Германии. В отличие от российского права, где цель регистрации юридических лиц заключается в первую очередь в контроле хозяйствующих субъектов и их учете, в немецкой правоприменительной практике назначение регистрации законодателем видится прежде всего в стимулировании прозрачности торгового оборота, что в свою очередь позволяет обеспечить повышение доверия кредиторов и инвесторов к финансовому положению национальных хозяйственных обществ. Инструментом в решении этой задачи служит единый торговый регистр, который является своеобразным средством массовой информации, позволяющий хозяйствующим субъектам публично раскрыть информацию о своей деятельности. Обязанностью германского регистрирующего органа является обязательная публикация данных о регистрации в торговом регистре через «Бундесанцайгер» и, по крайней мере, еще в одном другом издании. Такое положение дел является наилучшей гарантией честного взаимодействия как с контрагентами по сделкам, так и с партнёрами по корпорации и одновременно служит эффективным средством предотвращения взаимного недоверия.

Таким образом, в российском праве сложился целый комплекс правовых проблем института государственной регистрации юридических лиц, а решены такие проблемы могут и должны быть с учетом позитивного германского опыта.

*И.А. Чихарева, А.В. Николаев*

### **ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА И ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

Значение малого бизнеса в рыночной экономике очень велико. Без малого бизнеса рыночная экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии.

Вопросы малого бизнеса рассматривали множество ученых, среди них В.Я. Горфинкель, В.А. Швандар, М.Э. Гербер, Г. Берл и др.

Для развития предприятий малого бизнеса необходима свобода ведения предпринимательской деятельности. Они дадут России необходимую насыщенность рынка, тенденцию к устойчивости цен, среду конкуренции, улучшат качество выпускаемой продукции, ускорят процесс внедрения новых технологий, который в России всегда был заторможен. Но чтобы избежать большого количества ошибок при образовании нового течения в экономике России, сначала следует изучить опыт других стран в этой области и понять, какие условия необходимы для развития малого бизнеса в нашей стране.

Активный рост доли малых предприятий в структуре экономики западных стран начал происходить с середины 70-х-начале 90-х годов XX века. На сегодняшний день в наиболее развитых странах Запада малые фирмы составляют 70-90% от общего числа предприятий. Для сравнения можно взять, например, США, где в мелком предпринимательстве занято 53% всего населения, Японию с ее 71,7% и страны ЕС, где на аналогичных предприятиях трудится

примерно половина работающего населения. Данные цифры говорят об огромной важности предприятий малого бизнеса для экономики этих стран [1].

В разных странах к проблеме развития малого бизнеса существуют различные подходы. В Японии действует государственная корпорация по функционированию малого бизнеса; существуют банки, которые специализируются на работе с малыми и средними предприятиями; развита система государственной поддержки, постоянно совершенствующаяся.

В Корее выдвинут лозунг: «Малый бизнес – движущая сила экономического роста». Доля малых предприятий в этой стране около 98 %, занято в них более 60 % населения.

В США малый бизнес является «хребтом» экономики. Он производит 40% ВВП, в нем занято больше 2/3 рабочей силы. Органом поддержки малого бизнеса в Соединенных штатах является Администрация малого бизнеса (SBD). Она обеспечивает финансами малые и средние предприятия, содействует в получении государственных заказов, дает консультационные и технические услуги по управленческим вопросам. Также создан отдел адвокатуры, который занимается защитой малого бизнеса [1].

В России на федеральном уровне принята программа поддержки малого бизнеса, регионы, в связи с кризисом, реализуют дополнительные меры для поддержки данного сектора. Создана «аналитическая записка», ее цель – помочь предпринимателю разобраться в кредитно-финансовой сфере и в особенностях кредитования малого бизнеса [3].

Особенно сейчас, в период кризиса, малый бизнес как никогда нуждается в поддержке государства. Рост процентных ставок по кредиту, стремление банков изменить условия функционирующих соглашений и многое другое оказывают негативное влияние на развитие предприятий малого бизнеса [4].

Малый бизнес играет большую роль в экономике каждой страны. Экономический кризис негативно отразился на экономике страны в целом и пагубно сказался на развитии малого предпринимательства. Но нельзя считать, что под давлением кризиса оказались все субъекты малого предпринимательства. Есть компании, которые в жестких условиях остаются «на плаву». Также большое значение в условиях кризиса могут сыграть и маркетинговые исследования, с помощью которых руководство компании выберет правильное направление и не позволит в сложившейся экономической ситуации повлиять на деятельность фирмы.

В кризисной ситуации меньший сильный ущерб понесут компании, имеющие административную поддержку и работающие по государственному или муниципальному заказу. Что происходит с другими компаниями в этих условиях? Кризис малого бизнеса приводит к уходу с рынка части малых предприятий, вынужденных временно свернуть или полностью прекратить свою хозяйственную деятельность. Вследствие этого происходит вынужденное сокращение численности работников, а также снижение объемов оборота и инвестиций в основной капитал на малых предприятиях.

С какими финансовыми проблемами сталкивается малый бизнес в условиях кризиса? Это в первую очередь отсутствие оборотных средств, свободного доступа к займам государственных и муниципальных фондов, основной деятельностью которых является поддержка малого бизнеса, отсутствие доступа к банковским кредитным услугам, риск неплатежей от контрагентов, снижение спроса на продукцию и, как следствие, снижение нормы прибыли и рентабельности бизнеса [2]. После нескольких лет положительного становления российской экономики, а также благосостояния граждан Россия столкнулась с важнейшими экономическими проблемами: падение производства, рост безработицы, снижение доходов населения. Особенно остро кризис отразился на малом бизнесе.

После вступления в должность Президента России Дмитрий Медведев сообщил о начале компании поддержки малого бизнеса. В сегодняшних условиях это сделать необходимо. В «Программе антикризисных мер Правительства Российской Федерации на 2009 г.», изданной 19 марта 2009 года, одним из главных требований являлось снижение административных препятствий, избавление бизнеса от влияния чиновников, а также принятие мер, разрешающие малому бизнесу в условиях кризиса успешно развиваться.



Проблема развития малого бизнеса на сегодняшний момент является одной из главных задач. Правительство Российской Федерации осознает всю значимость развития малого бизнеса и предпринимательства, как одного из факторов развития экономики России и внедряет различные программы для ее поддержки. Малый бизнес в России пока отстает от развитых стран, но имеет большие резервы для роста.

#### ***Библиографический список***

1. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям.- М., 2007.
2. Крюков, С. П. О новых тенденциях кредитования малого бизнеса / С. П. Крюков // Финансы. 2009. № 2.
3. Соболев, А. П. Стратегический менеджмент в кризисных условиях / А. П. Соболев // Банковские услуги. 2008. № 11. – С. 36.
4. Чувалов, А. Е. Кредитные гарантии как форма господдержки малого бизнеса / А. Е. Чувалов // Финансы. 2008. №7.

***Г.Н. Яковлева, Ю.В. Шапкина***

### **АСПЕКТЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

*Глобализация* представляет собой объективный социально-экономический процесс, развернувшийся в 80-90-х годах XX века на базе интернационализации производства и собственности. В настоящее время эта основная тенденция развития мировой экономики ведет к формированию единого мирового экономического пространства и оказывает мощное влияние на все стороны жизнедеятельности стран, вовлеченных в этот процесс.

Большинство стран мира, особенно страны со слабой экономикой, в условиях глобализации оказываются включенными в мировой экономический процесс на условиях подчинения требованиям транснациональных корпораций (ТНК), крупнейших держав и их объединений. По мнению социолога Б. Аморозо, глобализация «является важным поворотным моментом в исторической тенденции к продолжению неравного развития» [1, с.66]. Отечественные ученые, анализируя последствия воздействия глобализации, также отмечают, что «усиливается неравномерность экономического развития стран мирового сообщества и угроза нарастания углубления в отставании тех, кто не занимает лидирующих позиций» [2, с.20]. В связи с этим в настоящее время особую актуальность приобретает поиск путей и средств адаптации России к усиливающейся глобальной конкуренции.

В экономике глобализация проявляется в том, что увеличивается абсолютный и относительный уровень мировой торговли, а также передвижения капитала и рабочей силы; происходит слияние рынков, организаций и производственных цепочек; экономические границы государств становятся все более прозрачными.

В современных условиях рабочее значение приобретает *информационный аспект экономической глобализации*. С ним связаны: возникновение новых рынков банковских, страховых и транспортных услуг, новых финансовых рынков; появление новых субъектов международного взаимодействия - многонациональных корпораций, всемирной торговой организации, сети международных негосударственных организаций; быстрое распространение информации.

Основные виды экономической деятельности, а также факторы производства организуются в глобальном масштабе. В новых условиях достижение необходимого уровня производительности и конкурентоспособности становится возможным только внутри глобальной взаимосвязанной сети.

Глобализация сочетает в себе положительные и отрицательные характеристики. *Преимущества глобализации* - это более быстрый экономический рост, более высокий уровень

жизни, ускоренное внедрение и распространение технических новшеств и навыков управления, новые экономические возможности для отдельных лиц и целых стран. Глобальная интеграция экономики может привести к лучшему разделению труда, позволяет перемещать капитал в любую страну, которая предлагает более выгодные условия для инвестиций.

*Отрицательные характеристики глобализации:* она может дестабилизировать финансовые рынки, негативно влиять на экологию, способствовать культурному обеднению, усиливать имущественное неравенство. Во-первых, выгоды и возможности, являющиеся результатом глобализации, сконцентрированы в относительно небольшом числе стран и неравномерно распределяются в самих этих странах. Во-вторых, возникает несоответствие усилий по разработке строгих правил, для расширения глобальных рынков, и действий в поддержку важных социальных целей: условий труда, окружающей среды, прав человека.

Многие тенденции глобализации проявляются и в России. Наблюдается тенденция опережающего роста внешней торговли по сравнению с динамикой внутреннего валового продукта. Открытость экономики России сегодня больше, чем у многих развитых стран. Отношение внешнеторгового оборота (экспорт + импорт) и ВВП в России составляет 70% (в США - 25%). Глобализация экономики расширяет границы экономического роста, приводит к новым возможностям повышения уровня жизни

Глобализация стала возможной также благодаря основополагающим техническим достижениям и неуклонному снижению стоимости связи. Это позволяет размещать составляющие производственного процесса в разных странах, сохраняя тесные контакты; уменьшать необходимость физических контактов между производителями и потребителями; некоторым услугам (подготовка программного обеспечения, медицинские, образовательные, банковские и страховые услуги) стать объектами международной торговли.

Интернет применяется в гораздо более широкой сфере. "Цифровая революция" (ЦР) может стимулировать экономический рост и развитие:

- 1) она создала абсолютно новый экономический сектор, не существовавший ранее;
- 2) капиталом, играющим главенствующую роль в ЦР, все большей является интеллектуальный капитал. Требуемый интеллектуальный капитал имеется не везде, но в России он присутствует в достаточном количестве и распространен гораздо шире, чем финансовый капитал;
- 3) ЦР также является средством преобразования и активизации многих других видов деятельности;
- 4) основной продукт сектора - информация - пригодна для многократного использования многочисленными пользователями.

Глобализация тесным образом связана с регионализацией экономических факторов роста. Практика показывает, что устойчивый экономический рост демонстрируют те регионы, которые органически вписываются в новые условия глобальной экономики. Однако регионы, ориентирующиеся на собственную замкнутость и самодостаточность, остаются в рамках прежних моделей развития. Они неуклонно снижают свои темпы роста, постепенно приближаясь к нулевым и даже отрицательным значениям.

Развитие России и любого ее региона в значительной мере зависит от того, насколько в данном регионе созданы условия для привлечения иностранных экономических агентов (партнеров, инвесторов, покупателей продукции). Создание благоприятных условий для деятельности иностранных экономических партнеров в настоящее время становится одним из факторов развития страны в целом.

#### *Библиографический список*

1. Аморозо, Б. Глобализация. Капитализм в XXI веке / Б. Аморозо – Н.Новгород: Изд-во ННГУ, 2000.
2. Фигурнова, Н.П. Международная экономика/ Н.П. Фигурнова – М.: «Омега-Л», 2007.

## **РОЛЬ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Финансовое планирование занимает важное место в организации финансовой деятельности хозяйствующего субъекта. В ходе финансового планирования каждая организация всесторонне оценивает свое финансовое состояние, определяет возможность увеличения финансовых ресурсов и выявляет направления наиболее эффективного их использования. Финансовое планирование осуществляется на основе анализа информации о финансах хозяйствующего субъекта, получаемой из бухгалтерской, статистической и управленческой отчетности.

В современных условиях роль финансового планирования принципиально изменилась по сравнению с той, что была в централизованно управляемой экономике. Теперь предприятия сами заинтересованы в том, чтобы реально представлять свое финансовое положение сегодня и на ближайшую перспективу, во-первых, для того чтобы преуспеть в своей хозяйственной деятельности; во-вторых, чтобы своевременно выполнять обязательства перед бюджетной системой, социальными фондами, банками, другими кредиторами и тем самым оградить себя от штрафных санкций. В этих целях целесообразно заранее рассчитывать доходы и расходы, прибыль, учитывать последствия инфляции, изменения рыночной конъюнктуры, нарушения договорных обязательств партнерами [1, с. 324].

Система финансового планирования в организациях имеет ряд серьезных недостатков, перечисленных далее.

1. Процесс планирования по традиции начинается с производства, а не со сбыта продукции.
2. Планирование сегодня — процесс очень трудоемкий. Существующие планово-экономические службы продолжают подготавливать огромное число документов, большинство из которых не пригодны для использования финансовой службой в целях анализа и корректировки действий.
3. Процесс финансового планирования затянут во времени, что не позволяет использовать плановые показатели для принятия оперативных управленческих решений, так как они больше отражают историю.
4. При планировании преобладает затратный механизм ценообразования: оптовая цена предприятия формируется без учета рыночной конъюнктуры.
5. На предприятиях, как правило, отсутствует разделение затрат на переменные и постоянные, не используется понятие маржинальной прибыли, не всегда проводится анализ безубыточности продаж.
6. В процессе финансового планирования не оценивается эффект операционного рычага, не ведется расчет запаса финансовой прочности.
7. Существующая система планирования не дает возможности проводить достоверный анализ финансовой устойчивости предприятия к изменяющимся условиям деятельности на рынке.

Западная финансовая наука рассматривает финансовое планирование не только как главную функцию финансового менеджмента, но и как индикатор эффективности всей деятельности организации. Большинство российских предприятий еще не приобщились к управлению финансами через механизм финансового планирования. Это вызвано рядом причин [2, с. 201]:

- отсутствием ясных целей и понимания миссии организации ее руководством;
- трудностями многих хозяйствующих субъектов при определении реальной потребности в текущих ресурсах (производственные, трудовые и т.п.);
- недостаточным умением современной российской организации ориентироваться в рыночной ситуации, так как планы и финансовые средства им уже не отпускают «сверху»;

- отсутствием на современных предприятиях отлаженной системы представления достоверной информации в нужное время, нужным людям, в нужные сроки.

Однако наряду с осознанной необходимостью широкого применения современного финансового планирования в нынешних условиях действуют *факторы, ограничивающие его использование на предприятиях*:

- высокая степень неопределенности на российском рынке, связанная с продолжающимися глобальными изменениями во всех сферах общественной жизни (их непредсказуемость затрудняет планирование);
- незначительная доля предприятий, располагающих финансовыми возможностями для осуществления серьезных финансовых разработок;
- отсутствие эффективной нормативно-правовой базы отечественного бизнеса.

Большие возможности для осуществления эффективного финансового планирования имеют крупные компании. Они обладают достаточными финансовыми средствами для привлечения высококвалифицированных специалистов, обеспечивающих проведение широкомасштабной плановой работы в области финансов. На небольших предприятиях, как правило, для этого нет средств, хотя потребность в финансовом планировании больше, чем у крупных. Мелкие фирмы чаще нуждаются в привлечении заемных средств для обеспечения своей хозяйственной деятельности, в то время как внешняя среда таких предприятий менее поддается контролю и более агрессивна. И, как следствие, будущее небольшого предприятия более неопределенно и непредсказуемо.

Новое качество планирования, обусловленное развитием рыночных отношений, сложность и разнообразие применяемых методов, многовариантных и оптимизационных расчётов, ускорение процесса составления плановых документов, наличие итерационных расчётов снизу и сверху требуют более эффективного использования информационных технологий.

*Информационные технологии* – это совокупность программного обеспечения, технических средств и телекоммуникаций, кадров и их организация [2, с. 253]. Внедрение информационной технологии любого уровня представляет собой процесс её итерации в финансово-хозяйственную деятельность коммерческой организации. Процесс внедрения сопряжён с капитальными затратами, включающими приобретение техники, внедрение и опытную эксплуатацию, создание регламентов управления бизнес-процессами, подготовку кадров.

Для постановки бюджетирования в организации могут использоваться различные компьютерные программы. Выбор компьютерной программы – обычно завершающий этап, однако многие руководители при внедрении системы бюджетирования, первоначально приобретают программный продукт. В этом случае автоматизация бюджетирования бесполезна, если полноценного бюджетирования в организации нет. Поэтому прежде чем думать о том, какой компьютерной программе отдать предпочтение, стоит разобраться с организацией внутрифирменного финансового планирования. При этом всегда нужно помнить, что без компьютеризации и автоматизации бюджетирование не может быть полноценным.

Большинство организаций, особенно в России, используют таблицы Excel как основной инструмент планирования. Опыт применения табличных процессов показал, что они являются простым и удобным инструментом для решения экономических задач. Освоение и грамотное применение этих средств позволяет тщательно анализировать и прогнозировать различные бизнес-ситуации, быстро и наглядно составлять бухгалтерские и финансовые отчёты, принимать оптимальные решения. Неотъемлемым преимуществом Excel является возможность настраивать программу по своему усмотрению и таким образом решать специфические задачи финансового планирования и бюджетирования в организациях с любым типом финансовой организационной структуры. Такой подход позволит не только сэкономить много денег и времени, но и сделать автоматизацию действительно эффективной, так как со временем можно будет быстро и легко внести в неё соответствующие изменения.

### ***Библиографический список***

1. Романовский, М.В. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник / М.В. Романовский – М.: Юрайт-Издат, 2006.
2. Финансы организаций (предприятий): учебник / под ред. Н.В. Колчиной. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

## Секция 7

---

# КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЛОПРОИЗВОДСТВЕ И АРХИВОВЕДЕНИИ: ТРАДИЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

---

*Председатель:* А.Я. Александрова, кандидат исторических наук, доцент кафедры «История и документоведение»

*Заместитель председателя:* Н.А. Капочкина, ст. преподаватель кафедры «История и документоведение»

*Ответственный секретарь:* Е. Фомина, студентка ФКТ

*Т.И. Акимова*

### К ВОПРОСУ О ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ОСНОВЕ ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ

Документоведение относится к молодым дисциплинам, формирующим свой научный терминологический аппарат. К настоящему времени определен набор базовых терминов документоведения: «документ», «информация», «юридическая сила документа», «документирование информации», «реквизит», «носитель документированной информации» и некоторых других. Классификационные особенности отдельных документов определяют такие термины, как «вид письменного документа», «система документации» и др.

Важность терминологии для документоведения определяется не только общими для всех дисциплин обоснованиями, но и спецификой современных условий, в которых происходит становление документоведения. Активное участие в компьютеризации работы с документами принимают программисты, у которых свой подход к терминологическому вопросу. Наше государство, включаясь в мировую экономическую систему, переходит на использование новых стандартов, терминологию которых не всегда можно адекватно перевести из-за разницы в организации делопроизводства, традиции и просто подходов к документу. Все это создает терминологическую путаницу, не приемлемую для научного здания. И вновь наибольшие проблемы вызывает формулировка самого понятия «документ».

Максимальное распространение документы получили в сфере управления: собственно документы организационно-распорядительной системы документации, документы бухгалтерские, отчетные, банковские и т.д. Документы в сфере управления имеют преимущественно бумажный носитель информации, в последние двадцать лет распространение получили документы, выполненные с применением компьютерных технологий и получившие название «электронные документы». Для управленческих документов терминологический аппарат включен в текст государственных стандартов.

ГОСТ Р 51141-98 «Делопроизводство и архивное дело» [1] предлагает всем хорошо известное понятие документа как зафиксированной на материальном носителе информации с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать. Исследователи отмечают несоответствие

понятия предмету. В качестве определяющих признаков названы три параметра документа: «информация», «материальный носитель информации» и «реквизит». Однако реквизит, исходя из того же стандарта, – это «обязательный элемент оформления официального документа». С учетом того, что после 2002 г. стандартизация носит добровольный характер, возникает противоречие между обязательным наличием реквизита и рекомендательным характером применения стандарта ГОСТ Р 6.30-2003.

На практике многие предприятия имеют документы, неграмотно составленные, с большим числом ошибок в этих самых обязательных элементах документов реквизитах, что не мешает использовать эти документы как юридически полноценные. Если реквизит документа является основополагающим признаком документа, необходимо принять меры, позволяющие установить четкие требования к оформлению документов и создать контролирующий механизм. Так в Белоруссии государственные стандарты обязательны к исполнению. Трудно представить, что в математике уравнения будут записывать каждый по-своему, с применением своих знаковых систем, что, однако, постоянно происходит при оформлении документов.

Понятие «реквизит» применимо к официальным документам на бумажном носителе. Однако официальными могут быть документы, выполненные с применением цифровых технологий на разных носителях, а также аудиовизуальные документы на кино-, фото- или магнитной пленке. В какой степени применим термин «реквизит» к ним?

Электронные документы определяются как документы, в которых «информация представлена в электронно-цифровой форме» [2], то есть также предлагается слишком широкое толкование. Несмотря на то, что электронные документы выполняются аналогично бумажным и имеют зачастую аналогичную структуру текста, законодательно существующее положение не закреплено. Для электронных документов вводится новое понятие «метаданные», однако оно не используется в формулировке самого термина.

При характеристике аудиовизуальных документов понятие «реквизит» вообще не применяется.

Таким образом, формулировка термина «документ» в ГОСТ Р 51141-98 в некоторой степени отражает специфику официальных документов и не определяет документы на другом, на бумажном носителе: электронные документы, документы машиночитаемые, аудиовизуальные. Общий термин «документ» определяется через применение частной характеристики «реквизит».

Достаточно распространено среди документоведов мнение, что понятие «документ» сложно сформулировать, поскольку оно применяется в разных сферах деятельности, отражая специфику этой деятельности. Попытки сформулировать общее для всех понятие «документ» приводит к тому, что оно становится чрезмерно размытым. Четко сформулировать критерии, по которым можно идентифицировать понятие «документ», пока не удается.

В то же время необходимо определить основной, базовый признак документа, то, что объединяет все документы вне зависимости от материального носителя. На взгляд автора это достоверность информации, то есть наличие у документа юридической силы. Именно этот параметр отличает документы, например, от книги, которые отечественные документоведы не относят к документам. Юридическую силу документа нельзя назвать свойством документа, как это закреплено в стандарте «Делопроизводство и архивное дело», поскольку свойство – это характеристика переменная, факультативная. Юридическая сила не может быть присуща только управленческим документам, определяться классификационной принадлежностью.

То, что не имеет юридической силы, может иметь и другое название, например, «запись», «записи» (для текстовых и графических документов) или «информация» (при использовании других, неписьменных способов фиксации информации). Под информацией мы понимаем «сведения (сообщения, данные) независимо от формы их предоставления» [3]. К аудиовизуальным источникам информации, не обладающим юридической силой, может быть применены название «фотография», «аудиозапись» и т.д.

Национальный стандарт РФ «Управление документами» ГОСТ ИСО 15489-1-2007 предлагает следующую дефиницию термина «документ» – «зафиксированная на материальном

носителе идентифицируемая информация, созданная, полученная и сохраняемая организацией или физическим лицом в качестве доказательства при подтверждении правовых обязательств или деловой деятельности» [4]. Именно это определение, на взгляд автора, максимально отражает базовый признак документа – наличие юридически достоверной информации. Для того, чтобы применять это определение не только в сфере управления, необходимо снять уточнение о целевой мотивации создания документа.

Таким образом, формулировка понятия будет следующая: «документ» – это сознательно зафиксированная на материальном носителе юридически достоверная идентифицируемая информация.

#### ***Библиографический список***

1. Государственный стандарт Российской Федерации. ГОСТ Р 51141-98. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения. - М.: Изд-во стандартов, 2001.
2. Закон «Об электронной цифровой подписи от 10 января 2002 г. №1-ФЗ. – М.: Приор, 2003.
3. Закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации» от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ. – М.: Фемида-Плюс, 2007.
4. ГОСТ Р ИСО 15489-1-2001 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Управление документами. Общие требования. – М.: Изд-во стандартов, 2007.

***А.Я. Александрова, Э.В. Смурова***

### **ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЯ ИСПОЛНЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ И ПОРУЧЕНИЙ**

Контроль исполнения документов и поручений (далее – документов) – совокупность действий, обеспечивающих своевременное исполнение документов, созданных в организации, поступивших от вышестоящих и других организаций, а также граждан.

Контроль исполнения документов ведется с целью своевременного и качественного исполнения документов.

Контроль за прохождением и сроками исполнения документов осуществляет специальная служба контроля в составе службы ДОУ совместно с работниками, отвечающими за работу с документами в подразделениях организации. Технология организации контроля исполнения документов должна быть детально прописана в инструкции по делопроизводству организации.

Контроль исполнения документов включает: постановку документа на контроль; оперативное доведение документа до исполнителя; предварительную проверку и регулирование хода исполнения; снятие исполненного документа с контроля; учет и обобщение результатов контроля; информирование руководства организации о ходе исполнения документов и исполнительской дисциплине.

Контроль исполнения ведется на основе регистрационных данных, вносимых в регистрационно-контрольные формы при регистрации документа.

Сроки исполнения документа исчисляются в календарных днях с даты поступления документа в организацию или даты подписания (утверждения) документа.

Сроки исполнения могут быть типовыми и индивидуальными. *Типовые сроки исполнения* установлены законодательными и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации. *Индивидуальные сроки* устанавливаются руководителем при вынесении резолюции.

Датой исполнения документа считается дата, указанная в резолюции, а при ее отсутствии – дата, названная в тексте документа. При отсутствии контрольной даты документ должен быть исполнен в месячный срок.



При постановке на контроль распорядительных документов (постановлений, приказов, распоряжений, решений) датой исполнения является дата, указанная в поручении (пункте распорядительной части).

На документах, поставленных на контроль, специальным штампом проставляется отметка "контроль".

Для контроля исполнения документов используются регистрационно-контрольные карточки (РКК), вводимые при регистрации документов (в бумажном или электронном виде), куда вносятся содержание поручения, исполнители, срок исполнения, сведения о ходе и результатах исполнения документов, даты промежуточного контроля.

Рекомендуется в контрольной картотеке РКК систематизировать по срокам исполнения документов, исполнителям, группам (видам) документов (приказы и распоряжения организации, протоколы, договоры и т.д.).

Контрольная картотека может иметь два раздела: "Контролируемый массив" и "Исполненные документы".

Доведение контролируемого документа до исполнителя осуществляется под роспись в экземпляре карточки, поступающей затем в контрольную картотеку.

Предварительная проверка и регулирование хода исполнения документов осуществляется централизованно службой ДОУ (службой контроля) организации. Для этого исполнителю, а при наличии нескольких исполнителей – ответственному исполнителю, рассылаются напоминания о приближении срока исполнения документа.

Проверка хода исполнения должна осуществляться на всех этапах прохождения документа до истечения срока исполнения документов в следующем порядке:

- заданий последующих лет – не реже одного раза в год;
- заданий последующих месяцев текущего года - не реже одного раза в месяц;
- заданий текущего месяца – каждые десять дней и за три-пять дней до истечения срока исполнения или по запросам.

Все напоминания исполнителям и информация о них фиксируются в РКК.

В случае невозможности исполнить документ в срок исполнитель за три дня до истечения срока обязан обратиться с мотивированной письменной просьбой о продлении срока к руководителю структурного подразделения. Решение о продлении срока исполнения принимает руководитель, вынесший резолюцию.

Исполнитель обязан проинформировать службу ДОУ об изменении срока исполнения документа. Сведения об изменении срока исполнения документа вносятся в РКК.

Снятие исполненного документа с контроля осуществляет руководитель организации или по его поручению служба ДОУ.

Документ считается исполненным и снимается с контроля службой ДОУ после фактического исполнения заданий, поручений, запросов и/или документированного подтверждения их исполнения по существу и сообщения результатов заинтересованным организациям и лицам.

При снятии документа с контроля в РКК вносятся следующие данные:

- краткие сведения об исполнении или ссылка на документ (дата и номер), свидетельствующий об исполнении;
- отметка "в дело", номер дела, в котором будет храниться документ, дата, подпись исполнителя или руководителя структурного подразделения.

Учет, обобщение и анализ хода и результатов исполнения документов осуществляется службой ДОУ путем формирования аналитических отчетов (справок, сводок) в установленные сроки или по запросам.

Сводные данные о состоянии исполнительской дисциплины в организации представляются руководству организации и руководителям подразделений.

Сведения сводок позволяют:

- оценить уровень исполнительской дисциплины;
- выявить причины задержки исполнения документов;
- проанализировать их;

- найти пути повышения уровня исполнительской дисциплины;
- быстро и эффективно решать управленческие и производственные задачи.

Для эффективного ведения контроля исполнения документов целесообразно составить таблицу «Перечень типовых сроков исполнения».

Практика ведения контроля исполнения документов показывает, что целесообразно разработать «Классификатор причин неисполнения документов», который может содержать следующие разделы:

- 01 – направление работника в командировку;
- 02 – временная нетрудоспособность работника;
- 03 – форсмажорные обстоятельства;
- 04 – непредоставление информации ответственному исполнителю другими работниками организации;
- 05 – несвоевременная передача службой ДОУ документов ответственному исполнителю;
- 06 – нерациональное распределение контрольных заданий между исполнителями;
- 07 – отсутствие у исполнителя доступа к необходимой информации;
- 08 – отсутствие у исполнителя уважительной причины неисполнения документов и т.п.

#### ***Библиографический список***

1. Методические рекомендации по разработке инструкций по делопроизводству в федеральных органах исполнительной власти. Утверждены приказом Росархива от 23 декабря 2009 г. №76.
2. Типовая инструкция по делопроизводству в федеральных органах исполнительной власти. – М.: Ось-89. 2006. – 96 с.
3. Разработка нормативных документов по документационному обеспечению организации. Рекомендации. – М.: ВНИИДАД, 2007. – 264 с.

***А.Я. Александрова***

### **ТРАДИЦИИ В РАЗВИТИИ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА РОССИИ**

Делопроизводство (документационное обеспечение управления) – это самостоятельная функция организации, наряду с такими управленческими функциями, как обеспечение персоналом, материально-техническое, финансовое обеспечение и др., существующая в каждой организации, независимо от ее организационно-правовой формы, характера и направлений деятельности. Как правило, делопроизводство ведется специализированным подразделением: управлением делами, департаментом по работе с документами, отделом делопроизводства, канцелярией, общим отделом и т.п.

Изучая традиции развития делопроизводства в России, исследователи, исходя из особенностей постановки государственной системы управления, выделяют приказное делопроизводство (XVI-XVII вв.), коллежское делопроизводство (XVIII в.), министерское делопроизводство (XIX – нач. XX вв.).

Государственная система управления XVI-XVII вв. включала в себя: Боярскую думу – высший законодательный орган; приказы – центральные исполнительные органы; приказные избы (губную, съезжую, земскую и др.) на местах.

Ведение делопроизводства в XVI-XVII вв. было основано на нормах обычного права, т.е. на традициях и обычаях. В общей форме оно регламентировалось Судебником 1550 г., Соборным уложением 1649 г. Приказ возглавлял приказной судья, в его подчинении находились дьяк (их могло быть несколько) и подьячие.

Технология работы с документами в период приказного делопроизводства характеризовалась следующими чертами: персональной ответственностью; четким разделением функций между дьяком и подьячими, которые подразделялись на «старых» (старших), «средней

руки» (средних) и «молодых» (младших); определенным порядком регистрации документов, нанесения резолюций, постановки справочной работы с документами, придания документам юридической силы (после «приписи» дьяка.); столбцовой формой делопроизводства; зарождением традиций хранения документов.

Интересные материалы для анализа технологии приказного делопроизводства содержатся в сборнике документов «Балахнинский уезд в XVII веке» [2]. Документы приказного делопроизводства изложены в нем по следующей схеме: 1) дата и заголовок документа; 2) количество листов; 3) размер листов; 4) типы знаков бумаги; 5) текст документа; 6) примечания к тексту; 7) тексты адресов, скреп, справ, записей об утрате пошлин, рукоприкладств послухов, а также различных помет на документе; 8) внешние особенности оформления документа.

К концу XVII в. работа с документами сосредоточилась в руках особого аппарата – дьяков и подьячих, число которых достигло 4657 человек [3]. Образовалась большая категория людей, занятой «приказной работой», которая обслуживала аппарат управления страной. При Поместном и Посольском приказах даже были организованы своеобразные школы по подготовке подьячих. Основным принципом пригодности подьячего к приказной работе становится профессионализм.

В XVIII веке в результате государственно-административных реформ Петра I была создана новая система органов государственного управления. Высшим светским учреждением стал Сенат, церковным – Синод. Центральные исполнительные учреждения – приказы – были заменены коллегиями. Преобразованиям подверглись и местные учреждения: созданы бурмистрские избы, городовые магистраты, ратуши, губернские и провинциальные канцелярии.

Система делопроизводства, сложившаяся в учреждениях XVIII в., получила название коллежской.

Главное отличие коллежского делопроизводства от приказного заключалось в том, что его организация регламентировалась законодательством. Основным законодательным актом стал «Генеральный регламент», утвержденный 28 февраля 1720 г. императором [4]. Он определил структуру коллегий, штатный состав коллегий, должностные обязанности чиновников, правила внутреннего распорядка, организацию работы с документами: правила регистрации, контроль за исполнением документов, порядок их составления, удостоверения, хранения.

Организация делопроизводства в коллегиях возлагалась на канцелярию. Здесь готовились дела для слушания на заседании присутствия, оформлялись в соответствии с правилами принятые решения, регистрировались входящие документы, по которым были приняты решения, и копии отосланных документов, находилась печать коллегии.

Главным в канцелярии был секретарь. Он руководил действиями всех чиновников, входивших в ее штат. «Генеральный регламент» узаконил необходимость регистрации документов и регламентировал технологию ее ведения, установил сроки исполнения документов, ввел понятие «архив».

Вторым по своему значению в эволюции делопроизводства России XVIII в. законодательным актом является закон «Учреждения для управления губерний Всероссийской империи» 1775 г. [5].

В созданных местных учреждениях (губернских правлениях, казенных и судебных палатах, нижних земских судах, уездных казначействах) сохранился коллегиальный принцип принятия управленческих решений. Поэтому в этих учреждениях в основном сохранилась структура коллегий, состав чиновников, их должностные обязанности, организация работы с документами. Все решения принимались в общем присутствии, а технологический процесс обработки документов осуществлялся в канцелярии.

В начале XIX в. в результате административных реформ Александра I система государственных учреждений России была подвергнута серьезной корректировке. В состав высших государственных учреждений, наряду с Правительствующим Сенатом, вошли вновь созданные Комитет министров и Государственный совет. Коллегии были заменены новыми центральными учреждениями – министерствами.

Характерными чертами министерского делопроизводства стали: строгая регламентация делопроизводства посредством издания манифеста “Общее учреждение министерств” (1811 г.), принцип единоначалия, принцип иерархии, унификация делопроизводственных операций. Порядок производства дел включал пять этапов: порядок вступления дел, движения их, или собственно производство, отправление дел, ревизию, отчеты. Организацию работы с документами в XIX в. следует рассматривать как четкую систему, обеспечивающую движение, учет, контроль и хранение управленческих документов.

Современное делопроизводство базируется на основательно разработанной законодательной и нормативно-методической базе, впитавшей в себя исторически сформировавшиеся традиции российского делопроизводства.

#### ***Библиографический список***

1. Илюшенко, М.П. История делопроизводства в дореволюционной России: учеб. пособие / М.П. Илюшенко. - М., РГГУ. 1993. - 80 с.
2. Балахнинский уезд в XVII веке. Документа приказного делопроизводства: сборник документов. – Нижний Новгород: Комитет по делам архивов Нижегородской области, 2005. -104 с.
3. Демидова, Н.Ф. Служилая бюрократия в России XVII в. и её роль в формировании абсолютизма / Н.Ф.Демидова. - М., 1987. С.37.
4. Генеральный регламент 1720 г. // ПСЗ Российской империи: Собр. первое. Т. 6. №3534.
5. Учреждения для управления губерний Всероссийской империи 1775 г. // ПСЗ Российской империи: Собр. первое. Т. XX. №14392.
6. Общее учреждение министерств 1811 г. // ПСЗ Российской империи. Собрание первое. Т. 31. №24686.

***Ю.Н. Андрианова***

### **ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО - СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА**

Письмо – один из важнейших каналов связи предприятия, организации, учреждения с внешним миром. Через письма ведутся предварительные переговоры, выясняются отношения между организациями, излагаются претензии. Письма составляются по самым различным вопросам деятельности, их предметом могут быть запросы, уведомления, соглашения, претензии, разъяснения, отзывы, изменения и т.п.

Виды деловых писем: некоммерческие деловые письма, коммерческие деловые письма, письмо-просьба, сопроводительное письмо, письмо-сообщение, письмо-подтверждение, письмо-напоминание, письмо-приглашение, письмо-благодарность, гарантийное письмо, письмо-запрос, письмо-ответ на запрос, оферта, ответ на оферту, письмо-претензия (рекламация), ответ на письмо-претензию. Нужный тип делового письма определяется конкретными целями коммуникации и получателем.

Деловое письмо должно быть кратким и состоять из нескольких типовых структурных элементов.

1. Область заголовка. В этой части письма слева размещается угловой штамп организации с указанием ее наименования, почтовых и других реквизитов, а также регистрационный номер и дата регистрации письма как исходящего документа. Если служебное письмо является письмом-ответом, то здесь же указывается, на какой документ отвечает данное письмо. В правой части заголовка размещаются реквизиты адресата. Ниже углового штампа размещается заголовок к тексту документа - тема письма, которая должна коротко идентифицировать цель письма ("О поставке автомобилей", "По вопросу о поставке запчастей", "Касательно заказа на поставку" и т. п.). Персональное обращение оформляется по центру письма и заканчивается восклицательным знаком («Уважаемая Светлана Ивановна!»).

2. Текст служебного письма должен касаться одного вопроса или нескольких, если они

взаимосвязаны. Требования к тексту письма: точность, логичность, грамотность, корректность. Сообщение должно состоять из ряда внутренне связанных пунктов. Они должны быть выстроены в логическом порядке по отношению друг к другу. Текст письма чаще всего состоит из трех частей. Первая – конкретизация сути вопроса, послужившего поводом для письма. Вторая – подробное описание различных аспектов вопроса. Третья – один абзац (выводы, предложения, просьбы, решения и т. д.).

3. Область подписи. Подпись является обязательным элементом структуры письма, располагается интервалом ниже заключительной формулы вежливости. Подпись может приводиться в сокращенной, полной или развернутой форме (сведения об авторе письма или наследственные и почетные титулы, специальные звания).

Специалисты в области делопроизводства рекомендуют деловые письма заканчивать завершающими фразами. В зависимости от темы письма и степени личного знакомства с адресатом эти фразы могут несколько отличаться («С уважением» или «Искренне Ваш(а)», под которыми должна стоять подпись отправителя и должность, «С наилучшими пожеланиями» (должность не указывается).

Информативность и убедительность деловой корреспонденции достигается: доказательностью письма («Согласно договору №...»), использованием стандартных синтаксических конструкций и личным отношением автора к описываемым фактам («С благодарностью подтверждаем получение вашего предложения», «Благодарим Вас»).

Согласно ГОСТ Р 6.30–2003, каждый лист документа должен иметь поля: 20 мм – левое, 10 мм – правое, 20 мм – верхнее, 20 мм – нижнее. Однако не всегда необходимые требования соблюдаются авторами писем, в частности, не учитываются поля, границы зон расположения реквизитов. Это подтверждает в своей статье О.В. Крестникова, заместитель начальника отдела входящей корреспонденции управления экспедирования документов административного департамента Центрального Банка Российской Федерации, сталкиваясь в своей работе с различными нарушениями. Соблюдение размера полей позволит получателю поставить на документе отметки о поступлении документа в организацию, контроле, исполнении документа и направлении его в дело, резолюции, визы, а также поместить уточнения, подтверждения и иные пометки, необходимые для удобства в работе. Широкое левое поле позволит подшить письмо в папку-скоросшиватель, не повредив текст.

Деловые письма, не допускающие ошибки и недочеты в оформлении, представляют собой официальную корреспонденцию. Они применяются для решения многочисленных оперативных вопросов, возникающих при коммуникации в управленческой и коммерческой деятельности.

#### ***Библиографический список***

1. Меркулова, Е.В. Практическое делопроизводство: составление и оформление документов / Е.В. Меркулова. - М.: Омега-Л, 2010.
2. Кузнецов, И.Н. Деловое письмо: учебно-справочное пособие / И.Н. Кузнецов. - М.: «Дашков и К», 2007.
3. Корнеев, И.К. Деловая переписка и образцы документов: учебно-практическое пособие / И.К. Корнеев, А.В. Пшенко. - М.: Проспект, 2007.
4. Басаков, М.И. Приказ и деловое письмо (Требования к оформлению и образцы документов согласно ГОСТ Р 6.30-2003) / М.И. Басаков. - М.: Феникс, 2004.

***Т.В. Белова***

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОКАЛЬНОЙ БАЗЫ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА В НГТУ**

Работа с документами в любой организации, независимо от ее организационно-правовой формы, строится на основе законодательных и нормативно-методических актов, регулирующих вопросы документирования и работы с документами.

Создание локальной нормативной базы, обеспечивающей эффективное функционирование системы ДОУ в НГТУ, – одна из функций отдела по общим вопросам. На основе единых федеральных, местных и ведомственных требований к ДОУ сотрудниками отдела разработаны внутренние организационно-распорядительные документы, регламентирующие организацию делопроизводства в НГТУ. Наиболее важными из них являются:

- инструкция по делопроизводству [1];
- инструкция по электронному делопроизводству [2];
- номенклатура дел [3].

Среди перечисленных документов инструкция по делопроизводству играет особенно важную роль. Этим документом пользуются не только, и даже не столько работники отдела по общим вопросам, сколько те специалисты, которые работают в структурных подразделениях НГТУ и непосредственно готовят проекты документов, исполняют документы, ведут справочную и аналитическую работу по ним. Инструкция по делопроизводству утверждена и введена в действие приказом ректора от 16.01. 2006 г № 4. Главное назначение инструкции – установить общие правила работы с документами, обеспечить единый порядок их прохождения, исполнения и, что очень важно, обеспечить сохранность документов, создаваемых и поступающих в НГТУ для их использования в последующей деятельности.

При разработке инструкции были учтены требования и рекомендации, изложенные в нормативно-методических актах, действующих в 2005–2006 гг. [4–8].

Данная инструкция является четвертым вариантом, исправленным и дополненным, созданным на базе ранее существующих.

Широкое использование информационных технологий в современном управлении и делопроизводстве привело к внедрению системы электронного документооборота в НГТУ.

Ведение единой системы электронного документооборота в университете регламентируется инструкцией по электронному делопроизводству, утвержденной и введенной в действие ректором в 2007 г.

Организация автоматизированной системы делопроизводства в НГТУ направлена на решение следующих задач:

- автоматизация обработки и регистрации документов;
- оперативность прохождения документов внутри НГТУ;
- создание и ведение информационно-поискового аппарата;
- организация автоматизированного контроля исполнения документов.

Делопроизводство – динамичная, постоянно развивающаяся сфера деятельности. Появление ряда новых документов [9–11] требует дальнейшего совершенствования инструкции по делопроизводству НГТУ в следующем пятом издании.

Важным локальным документом НГТУ является также номенклатура дел организации, закрепляющая состав дел, создаваемых в НГТУ, и сроки их хранения. Номенклатура дел является документом многоцелевого назначения:

- предназначена для систематизации документов, являясь их основным классификатором;
- содержит информацию о сроках хранения документов;
- закрепляет индексацию документов при их регистрации;
- является основой для составления описей дел постоянного и временного (свыше 10 лет) хранения и основным учетным документом в делопроизводстве;
- используется для учета дел временного (до 10 лет включительно) хранения.

Номенклатура дел НГТУ составлена на основании номенклатур дел структурных подразделений, согласованных структурными подразделениями с архивом НГТУ и подписанных руководителями этих подразделений. Сводная номенклатура дел утверждена ректором НГТУ 29.12.2009 г. и введена в действие с 01.01.2010 г. Разработка нового варианта

номенклатуры дел была связана с изменением структуры НГТУ и утверждением новых нормативных документов [6, 12].

Таким образом, отдел по общим вопросам НГТУ постоянно совершенствует локальные документы университета на основе новейших требований, содержащихся в законодательных и нормативно-методических актах Российской Федерации.

#### ***Библиографический список***

1. Инструкция по делопроизводству в НГТУ. Н. Новгород. 2006. – 78 с.
2. Инструкция по электронному делопроизводству. Н. Новгород. 2007. – 8 с.
3. Номенклатура дел в НГТУ. Н. Новгород. 2009. – 137 с.
4. ГОСТ Р 6.30-2003. Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно – распорядительной документации. Требования к оформлению документов.
5. Типовая инструкция по делопроизводству в федеральных органах исполнительной власти. - М., 2006.
6. Перечень типовых управленческих документов, образующихся в деятельности организаций, с указанием сроков хранения. - М., Росархив, ВНИИДАД, 2000.
7. Государственная система документационного обеспечения управления. Основные положения. Общие требования к документам и службам ДОУ. – М., 1991.
8. Приказ Минобразования РФ от 24 июля 2000г № 2286 «Об утверждении Примерной инструкции по делопроизводству в высшем учебном заведении».
9. ГОСТ Р ИСО 15489-1-2007. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Управление документами. Общие требования.
10. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.06.2009 г. N 477 «Об утверждении Правил делопроизводства в федеральных органах исполнительной власти».
11. Приказ Росархива от 23.12.2009г № 76 «Об утверждении Методических рекомендаций по разработке инструкции по делопроизводству в федеральных органах исполнительной власти».
12. Перечень типовых архивных документов, образующихся в научно – технической и производственной деятельности организаций, с указанием сроков хранения. – М., 2007.

***О.А. Воротилова, Н.А. Капочкина***

#### **АУДИТ КАДРОВОГО ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА В МУП «ВОДОКАНАЛ» г. ПАВЛОВО НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Аудит кадрового делопроизводства – это комплекс процедур проверки правильности оформления и ведения кадрового делопроизводства, соблюдения правил хранения и соответствия с действующим трудовым законодательством РФ. Аудит кадрового делопроизводства чаще всего необходим при смене кадрового работника, отвечающего за ведение делопроизводства или для приведения кадровой документации в соответствие с законодательством, после произошедших в нем перемен. В данном случае аудит необходим в связи с реорганизацией предприятия. В комплекс процедур аудита входят:

- определение пакета необходимых законодательно-нормативных документов;
- проведение сверки документов (что есть и что должно быть) и др.

По первому направлению к моменту исследования отдел кадров МУП «Водоканал» не полностью использовал в своей деятельности первичную учетную документацию, за исключением личной карточки сотрудника (форма № Т-2), приказа о приеме работника на работу (форма № Т-1) и приказа о прекращении трудового договора с работником (форма № Т-8), что в определенной мере затрудняло работу сотрудников отдела кадров. Поэтому первым положительным этапом на пути совершенствования кадровой документации МУП «Водоканал» был предложен переход к унифицированной первичной учетной документации по учету труда и его оплаты.

Второй этап – разработка нормативных документов по рациональной системе документационного обеспечения деятельности отдела кадров. Ее цели: переход от бумажного

документооборота к безбумажному (электронному) документообороту; упрощение создания основных организационно-распорядительных документов в отделе кадров МУП «Водоканал»; облегчение труда сотрудников отдела; автоматизация рабочего места инспектора отдела кадров; создание нормативной базы ДОУ.

Для достижения этих целей необходимо прежде всего разработать инструкцию по организации электронного документооборота МУП «Водоканал», положение об электронной почте, инструкцию по охране труда пользователей персональными компьютерами, которые позволят автоматизировать работу с кадровыми документами. Под автоматизацией работы с кадровыми документами следует понимать создание и ведение баз данных по личному составу предприятия в электронной форме.

Таким образом, кадровой службе МУП «Водоканал» можно предложить разработанные проекты документов, направленные на совершенствование электронного документооборота фирмы, а также можно рекомендовать установить на персональный компьютер инспектора отдела кадров МУП «Водоканал» программное обеспечение «Консультант плюс» для учета последних изменений в законодательстве.

При рассмотрении постановки работы с документами в отделе кадров МУП «Водоканал» по второму направлению аудита было выявлено, что в нем отсутствуют документы, являющиеся обязательными для функционирования отдела кадров. К ним относятся:

- положение об отделе кадров;
- положение о персональных данных;
- инструкция по кадровому делопроизводству устарела и также нуждается в переработке.

Работа отдела кадров невозможна без положения об отделе кадров, так как этот документ является правовым актом, определяющим порядок образования, обязанности и организацию работы структурного подразделения.

Само определение этого вида документа раскрывает его содержание. Положение о структурном подразделении - документ, имеющий длительный срок действия, и к его составлению необходимо отнестись с большой ответственностью.

В необходимости разработки положения об отделе кадров важно то, что отдел кадров является самостоятельным структурным подразделением, подчиненным непосредственно директору предприятия. Таким образом, сразу определяется место службы и ее значимость. Напомним, что самостоятельным считается структурное подразделение, находящееся в непосредственном подчинении руководству организации. В положении важно указать не только статус отдела кадров и его место в системе управления, но и цель, задачи, функции, права и ответственность.

Учитывая, что положение действует длительный период, в нем не следует указывать конкретное количество или должности, входящие в штат отдела на момент составления положения (с ростом организации штат отдела может измениться).

Авторы разработали и предложили проект положения об отделе кадров МУП «Водоканал».

Работодатель и его представители (в данном случае инспектор отдела кадров МУП «Водоканал») в соответствии с трудовым законодательством вправе осуществлять обработку персональных данных работника, т.е. получение, хранение, комбинирование, передачу или любое другое использование персональных данных работника. При этом ст. 86-88 ТК РФ обязывают принять локальный нормативный акт, устанавливающий порядок обработки и передачи персональных данных работников, а также их права и обязанности в этой области. Целесообразность принятия локального нормативного акта – положения о персональных данных работников – обусловлена возможностью избежать конфликтных ситуаций с представителями Федеральной инспекции труда и, как следствие, привлечения к ответственности в соответствии со ст. 5.27 КоАП РФ.



Указанное положение является локальным нормативным актом, в котором регламентируются требования по обработке персональных данных работника, хранению и использованию персональных данных и гарантии их защиты.

Положение о персональных данных работника относится к документам, вступающим в силу после процедуры их утверждения. Утверждает положение о персональных данных работника директор предприятия.

С учетом требований ст. 86, 88 ТК РФ работник должен быть обязательно ознакомлен с положением о персональных данных под роспись. Учитывая изложенное, авторы разработали положение о персональных данных работника для использования его в работе кадровой службы МУП «Водоканал».

В связи с тем, что МУП «Водоканал» было создано недавно, путем реорганизации предприятия МУП МПП ЖКХ, на момент исследования в нем существовала старая инструкция по кадровому делопроизводству, которая не соответствовала последним нормативным актам.

Инструкция по кадровому делопроизводству является нормативным документом, регламентирующим организацию, правила, приемы и процессы создания документов, порядок работы с ними, осуществление контроля за их исполнением.

Инструкция по кадровому делопроизводству должна быть максимально скорректирована и фиксировать все основные моменты работы с кадровыми документами. Переработанная инструкция, позволит регламентировать основные делопроизводственные этапы работы с документами отдела кадров МУП «Водоканал», исключит возможность их утери, обеспечит оформление документов в соответствии с требованиями современного законодательства.

Авторы разработали инструкцию по кадровому делопроизводству на основании уже имеющейся инструкции реорганизованного предприятия МУП МПП ЖКХ.

Таким образом, по результатам аудита для оптимизации работы отдела кадров МУП «Водоканал» необходим пакет организационных документов, активное внедрение автоматизированных систем и строгое соблюдение правил оформления кадровых документов. Кроме того, рекомендуется четко использовать унифицированные формы документов и учитывать требования ГОСТ Р 6.30-2003.

*М.Н. Добротвор, Е.С. Серебрякова*

## **ИНТЕРВЬЮ - ВОСПОМИНАНИЕ КАК ДОКУМЕНТ ЛИЧНОГО АРХИВА**

Воспоминания представляют собой исторический первоисточник, отражающий время и своеобразие личности автора. Если воспоминания составляют часть личного фонда, хранящегося в архиве, то они приобретают свойства архивного документа, ценного по совокупности с другими документами Государственного архивного фонда Российской Федерации.

Но если воспоминания ещё не оформлены и живут в памяти в виде фрагментарных всплесков, то вероятность их стать документом исторического и культурного значения становится проблематичной. Угасание эпистолярного жанра, вытесненного современными мобильными средствами коммуникации, наблюдается в среде разных поколений россиян. Ускоренный темп современной жизни создают определенные препятствия для спокойного, сосредоточенного труда мемуаристов. В этих условиях интервью из журналистского средства получения информации становится своеобразным средством устного восстановления памяти о пережитом прошлом, приобретая свойства мемуаров.

Особенность такого формирования воспоминаний в том, что в их появлении активно действует не только носитель ретроспективной информации как главное лицо, но и ведущий, поддерживающий определенный жар беседы и её тональность. Примером такого рода воспоминаний является интервью, составленное, Е.С. Серебряковой, из проводящихся бесед с заслуженной артисткой РСФСР, примой-балериной Нижегородского театра оперы и балета Л.К. Семеновой с 2008 по 2009 гг.

Л.К. Семенова родилась в 1921 году, 24 года своей жизни она отдала театру, еще 25 лет – танцевальной педагогике. Сегодня Людмила Семенова передвигается по квартире на костылях, однако бодрости духа ей не занимать.

«Все началось, – вспоминает Людмила Семенова, – когда в пять лет мама привела меня на оперетту. Увидев на сцене кордебалет, я вскочила с места и прилипла к барьеру. С тех пор я заболела балетом. В Вязниках, где я жила с родителями, не было балетной школы, и нам пришлось переезжать в Горький. В 1931 г. я поступила учиться танцу в балетную студию Горьковского театра оперы и балета. Однако школа студии была недостаточной, и я ездила заниматься в Московское и Ленинградское хореографические училища.

- В каком году Вы впервые вышли на сцену?

- Это произошло в 1940 году, и поначалу я выходила на сцену только в массовке: в балете «Эсмеральда» в картине «Двор чудес». Первым моим танцем после окончания школы был Неаполитанский в «Лебедином озере». А уже через год началась война. Пока город бомбили, спектакли не шли. Пришлось некоторое время жить в Арзамасе.

- Была ли в жизни встреча, которая повлияла на Вашу карьеру?

- Во время войны в наш город эвакуировали труппу Минского оперного театра. Солист Сергей Гончаров решил мою судьбу. В его лице я нашла партнера и прекрасного педагога. Репетиционная комната в театре тогда была неудобная – с низкими потолками, и поэтому во время поддержек я постоянно стучалась головой. Тренировались мы и под сценой, где грязь и пыль, да еще и при свете дежурного фонаря. Скользко, падали часто, случались растяжения. Любовь к балету помогала все преодолеть. Да к тому же мой партнер – Сергей Гончаров – был мастером своего дела, человеком, глубоко преданным искусству. Он часто говорил: «Балет требует человека всего без остатка». Гончаров был совершенным фанатиком своего дела. И сделал из меня не только балерину, но и человека упорного. Откровенно скажу, я была ужасная трусиха. Когда Сергей предложил сделать акт из «Вальпургиевой ночи» Гуно, я испугалась – сумею ли? Но Сергей меня воспитал – робей, но сделай. После удачи с «Вальпургиевой ночью» началась работа над серьезнейшими партиями: Одетты — Одиллии в «Лебедином озере», Авроры в «Спящей красавице» П.И. Чайковского, Китри в «Дон Кихоте» Л. Минкуса. В начале 50-х годов Гончаров уехал в Вильнюс, и я сменила множество партнеров, но буду всегда помнить того, кто «сделал из меня человека».

- Людмила Константиновна, прежде чем с Вами встретится, я прочитала рецензии на спектакли с Вашим участием. Критики отмечали лиризм, душевность Ваших ролей. Скажите, а какая роль для Вас была самой сложной?

- За 25 лет я сыграла в театре более 30 ролей: Клеопатры в «Вальпургиевой ночи» Ш. Гуно, Раймонды в одноименном балете А. Глазунова, Марии и Заремы в «Бахчисарайском фонтане» А. Асафьева, Лауренсии в одноименном балете А. Крейна, но самой сложной стала для меня работа над «Жизелью» А. Адана. В Горьковском театре балет ставила Л. А. Серебровская. Долго не получалась сцена сумасшествия в финале первого действия. Однако в газетах написали, что моя героиня с первого выхода на сцену покоряет зрителей искренностью и эмоциональной выразительностью своего сценического поведения.

- В 1955 году Вам было присвоено звание заслуженной артистки РСФСР, и многие искусствоведы связывают это событие с исполнением главной роли в балете «Спящая красавица»?

- Именно балеты П.И. Чайковского в постановке Г.И. Язвинского занимают особое место в моей биографии. Ко времени работы над «Лебединым озером» появилась моя зрелость как актрисы. В спектакле «Спящая красавица» Г. И. Язвинский поручил мне лучезарный образ Авроры, несущий радость всем, и это одна из любимейших моих партий. Я старалась создать живой образ молодой девушки, полной непосредственности, жизнерадостности.

- В любом творчестве существует дух соперничества, а как у Вас складывались отношения с другими артистами балета?

- Ничего не могу сказать дурного о своих коллегах. Жили мы и работали на благо нашего театра, танцевали на сцене ради дорогого зрителя. Мне, например, нравилось, как танцевала Н.

Золотова. Вместе с ней мы участвовали в постановке балета «Лебединое озеро». Я исполняла Одетту, а Наталья – Одиллию. Мне нравилось исполнять проникновенные роли, Наташа была остра, технична.

- Не секрет, что личная жизнь балерины складывается не совсем удачно...

- Вся моя любовь – это балет. Конечно, поклонники охапками несли цветы, мужчины дарили свои фотоснимки с надписью «С любовью!». На любовь нужны силы. А если ты хочешь чего-то достичь в балете, то должна отдать себя ему целиком. Я прожила свою жизнь в образах разных героинь, поэтому и любила в спектаклях.

- Век сценической жизни артиста балета короток. Чем Вы занимались, прекратив артистическую карьеру?

- Я помню мой последний большой спектакль и те чувства, которое переполняли меня в тот момент. Закончив выступления на сцене оперного театра, я преподавала в театральном училище, ставила танцы в спектаклях драматического театра. В 1966 г. я организовала хореографический коллектив «Вдохновение» в ДК им. Свердлова. Я стремилась привить моим ученикам вкус к театрализованному народно-сценическому танцу, ибо понимала, что именно он даёт возможность самодеятельному артисту ощутить театральную стихию танца. До сих пор ко мне на день рождения приезжают мои ученики».

Один из моментов беседы с артисткой вспомнился чуть позднее. Она рассказывала, что один раз встретилась со всемирно известной балериной, народной артисткой СССР Г. Улановой. Людмила Константиновна тоже танцевала эту партию, поэтому подошла к Улановой знакомиться. «Семенова? В каждом театре есть Семенова!» – отреагировала великая балерина.

Таким образом, благодаря искреннему интересу, эрудиции и добросовестности ведущей, мемуары Л.К. Семеновой состоялись. Они вполне могут войти в состав личного архива артистки, который может быть предан на хранение в один из государственных архивов Нижегородской области.

*М.В. Зеленев*

### **ИСТОЧНИКОВЕДЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА ЦК ВКП (б) В 1946-1952 гг. И НЕКОТОРЫЕ ВАРИАНТЫ ИХ РЕШЕНИЯ (ПРИВЛЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ)**

Делопроизводство ЦК правящей партии за 1921-1929 годы было автором относительно детально реконструировано (и изложено в книге «Аппарат ЦК РКП (б) – ВКП (б), цензура и историческая наука в 1920-е годы», 2000). Сделать это было достаточно легко: документы основных делопроизводственных органов за эти годы рассекречены, сохранились инструкции по ведению секретного и несекретного делопроизводства, известна структура Управления делами и Секретного отдела Секретариата ЦК, оформлявших входящие и исходящие документы и т.п. В Секретный отдел (1926–1934 гг.) входил аппарат секретарей ЦК, делопроизводство Оргбюро, шифровальное делопроизводство, учет и контроль за возвращением конспиративных документов, канцелярия, ведающая общей перепиской, и секретный архив ЦК.

13.11.1933 г. Секретариат ЦК принял постановление «О реорганизации Секретного отдела ЦК»: «а) Реорганизовать Секретный отдел ЦК путем выделения из него аппарата, обслуживающего Политбюро ЦК и именовать выделенную часть Секретным отделом ЦК». В начале 1934 г. эту часть Секретного отдела стали именовать Особым сектором (ОС), а 10.03.1934 его заведующим назначен Александр Николаевич Поскребышев (1891–1965 гг.). Особый сектор территориально находился в Кремле. Другая часть стала называться Техсекретариатом Оргбюро (ТСОБ). Техсекретариат территориально находился там, где и все отделы ЦК – на Старой площади. В это время возникла традиция, согласно которой ТСОБ

возглавлял Управляющий делами ЦК. С 1938 по 1959 гг. им был Дмитрий Васильевич Крупин (1895–1982 гг.).

Интрига состоит в том, что все материалы о структуре как Особого Сектора, так и ТСОБ засекречены, неизвестно, кто был заместителями заведующих ОС и ТСОБ, кто возглавлял подразделения этих частей аппарата ЦК. Эти сведения были до такой степени секретные, что даже в ежемесячных отчетах Управления делами ЦК в Секретариат ЦК вместо структуры ОС и ТСОБ указывались только общее количество сотрудников этих отделов или же цифра ответственных и технических работников. Назначение сотрудников этих отделов оформлялось внепротокольными постановлениями Секретариата или Оргбюро ЦК. А структура этих отделов с 1934 г. (и Управления Делами с 1939 г.) Секретариатом ЦК не определялась. Поэтому мы и не знаем, из чего они состояли (заведующий сам решал, как и каким образом реформировать структуру его отдела).

Основная проблема при изучении делопроизводства ЦК этого периода состоит в том, что нет источников.

Все сотрудники аппарата ЦК как самые секретные, так и открытые получали зарплату. В ведомостях же бухгалтерия фиксировала фамилию, имя, отчество (или инициалы), год рождения, должность, или принадлежность к отделу работника аппарата ЦК. Поскольку зарплата у руководителей и машинисток была разной, то, выписав столбиком всех сотрудников ОС и ТСОБ с указанием их зарплаты, можно воочию убедиться, что существуют несколько групп фамилий, соотносимые по зарплатам с заведующими отделами, заместителями заведующих и заведующими секторами. Далее излагается итог просмотра многих томов бухгалтерской отчетности (лицевые счета рабочих и служащих аппарата ЦК) за указанные годы, а также материалов ежемесячных отчетов Управления Делами ЦК. Ставилась задача выявить:

- 1) структуру тех подразделений ЦК, которые занимались делопроизводством;
- 2) их руководителей.

Всем несекретным делопроизводством аппарата ЦК (а также секретным делопроизводством отделов ЦК) занимался общий отдел Управления делами (его возглавлял Федор Кузьмич Козьяков (1911-?)). Кроме руководства отдела, в него входило машбюро (заведующий машбюро, 4 старшие машинистки, 43 машинистки, 2 ротаторщицы, учетчик, 2 механика пишущих и счетно-аналитических машин), бюро стенографов (старшая стенографистка и 7 стенографисток), группа приема и отправки почты (руководитель группы, 6 классификаторов, 4 экспедитора, 2 самокатчика, 2 приемщики почты, 7 курьеров). В 1948 г. в Управлении Делами был образован Общий архив. До 1947 г. и с 1951 г. в Общем отделе существовало секретное машбюро, которое печатало секретные документы различных отделов ЦК (например, Внешнеполитической комиссии, или же Комиссии по выездам).

Делопроизводством Политбюро занимался Особый сектор. Структура: 1-я часть – личные столы, 2-я часть – секретная канцелярия, 3-я часть – протокольная, 4-я часть – машбюро и экспедиция, 5-я часть – бюро писем. Руководство: заведующий – А.Н. Поскребышев. Зам. зав. (и зав. 2-й частью) Владимир Наумович Чернуха (1900–1965 гг.) и Леонид Александрович Логинов (1900–1952 гг.). Зав. частями: Александр Иванович Кабашкин (1896-?) (5-я часть?), Елизавета Николаевна Сухова (1897-?) (особый отдел), Сергей Федорович Чечулин (1897-?), Татьяна Константиновна Силина (1901-?). Зам. зав. частями: А.А. Стручков (зав. первой частью с 08.03.1950), С.Я. Паршин, С.Н. Цибульник, Г.И. Чернов. Зав. группами: Тугарев (с 08.05.1950), Возчиков (с 16.07.1950). Данные о структуре, передаваемые в УД ЦК, свидетельствуют о реформе в структуре Особого сектора в 1950 г. В январе 1950 г. кроме частей появились две группы, а в мае 1950 – референты 1-й части. В марте 1953 г. Особый сектор преобразован в канцелярию Президиума ЦК КПСС, которую возглавил помощник Г.М. Маленкова Д.Н. Суханов.

Делопроизводством Оргбюро и Секретариата ЦК занимался Техсекретариат Оргбюро. ТСОБ оформлял протоколы ОБ и Секретариата, выписки из решений ЦК, материалы к заседаниям ОБ и С-та и др. Руководство: зав. техсекретариатом Д.В. Крупин, зам. зав.:

Александра Ильинична Алтаева (1907–1983 гг.), Никифор Радионович Ходов (1899-?), Александр Александрович Петухов (1910–1950 гг.), Геннадий Александрович Крюков (1904-?).

Секретариат секретарей ЦК обслуживал А.А. Жданова, А.А. Кузнецова и М.А. Суслова (и других секретарей), готовя для них материалы к заседаниям Секретариата. Протокольная часть (преобразована в 1-ю часть Общего отдела). Зав.: А.И. Алтаева. Зам.: Н.В. Ни-колаева. Общая часть (преобразована во 2-ю часть общего отдела). Заведующего частью в 1948–1952 гг. не было. Зам.: М.А. Котенков.

Контрольно-архивная часть (преобразована в 3-ю часть общего отдела). Зав.: Е.И. Басалаев; И.Я. Шахов. Зам.: Н.Д. Иоффе. \*\*\*Часть (преобразована в 1-й сектор Общего отдела). Заведующего частью в 1950–1952 гг. не было. Зам.: А.К. Копысова. Группы: машинописи (М.Н. Хирьякова); по контролю за решениями Секретариата (Д.С. Семенов); приема секретной почты (Е.Г. Густарева); отправки секретной почты (А.Д. Тихонова); возврата секретных материалов (М.Г. Титова); писем (предположительно, А.И. Макеев в 1949 г., В.Я. Шагалин). Секретное машбюро (К.А. Емельянов).

В конце октября 1947 г. произошла реформа структуры Техсекретариата ЦК. Это было связано с докладной запиской зам. зав. ТСОБ Н.Р.Ходова от 16.08.1947 на имя секретаря ЦК Суслова. Постановлением СТ 316/374 г от 23 августа 1947 г. «О печатании секретных материалов в аппарате ЦК ВКП (б)» Техсекретариат ОБ обязывался «учитывать секретные материалы, печатаемые в аппарате ЦК, наравне с секретными материалами, поступающими в аппарат ЦК извне». В ТСОБ сосредотачивалось и печатание всех секретных материалов аппарата ЦК. Машинописное бюро Техсекретариата стало обслуживать уже не только Секретариат и Оргбюро, но и все отделы ЦК. Попытка вернуться к прежнему положению дел была предпринята зам. зав. ТСОБ А.Алтаевой. В докладной записке от 15.11.1949 на имя зав. ТСОБ Крупина она писала о непродуманности решения Ходова и печальных последствиях изменения секретного делопроизводства.

В докладной записке 26 апреля 1951 г. на имя секретаря ЦК Г.Маленкова его помощник Д.Н.Суханов поддержал Алтаеву: «... по существу Техсекретариат вместо контролирующего органа за остановкой секретного делопроизводства в отделах используется как подсобный аппарат у секретариатов отделов, а Управление Делами ЦК ВКП (б), обязанное обслуживать все отделы ЦК, стоит в стороне от этого дела». В проекте постановления ЦК, подписанного Крупиным 08.05.1951 (и одобренного Сусловым), предлагалось изменить решение Секретариата ЦК от 23.08.1947, создать в УД ЦК секретное машбюро для печатания секретных материалов всех отделов ЦК, «2. Оставить за Маш.бюро Техсекретариата ЦК ВКП (б) печатание документов Оргбюро, Секретариата ЦК ВКП (б) и материалов с указаниями секретарей ЦК ВКП (б). 3. Техсекретариату ОБ обеспечить контроль за соблюдением правил печатания секретных документов в машинописном бюро Управления Делами и в отделах ЦК ВКП (б)». На проекте постановления пометы: «Вопрос решен в оперативном порядке. Суханов. 4/1 52 г.», «5.1.52. Дата по книге регистрации». Однако судя по лицевым счетам, в которых регистрировались все перемещения работников аппарата ЦК, массовый исход машинисток из ТСОБ в Секретное машбюро УД ЦК ВКП (б) осуществился 1 июня 1951 г.

22.11.1952-январе 1953 гг. Техсекретариат ЦК преобразован в Общий отдел Секретариата ЦК КПСС.

Рассекречивание тематических папок, хранящихся в РГАНИ и посвященных делопроизводству, а также материалов Техсекретариата ЦК, даст полное представление о документообороте. Данная реконструкция впервые знакомит читателей с принципиальными элементами делопроизводства ЦК ВКП (б) в послевоенный период, а также с руководителями делопроизводственных структур.

## **РОЛЬ СЕКРЕТАРЯ ФИЛИАЛА «НИЖЕГОРОДСКИЙ ТЕПЛОЭЛЕКТРОПРОЕКТ» В ДОКУМЕНТАЦИОННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ УПРАВЛЕНИЯ**

С нечеткой организацией движения документов и их обработкой в филиале «Нижегородский Теплоэлектропроект» в настоящее время связывают многие недостатки в организации документационного обеспечения деятельности аппарата управления, что в конечном итоге приводит к сбою системы управления качеством продукции. Каждая проводимая операция по этапам обработки каких-либо документов для оперативной работы и эффективного результата нуждается в четкости передвижений, упорядочении функций делопроизводственных работников. И в этой работе велика роль секретаря филиала «Нижегородский Теплоэлектропроект».

В филиале «Нижегородский Теплоэлектропроект» в последнее время из-за роста объемов документации в сфере управления возникает необходимость постоянного совершенствования деятельности секретаря. В основном это относится к вопросам документооборота, которые затрагивают должность секретаря значительно больше, чем других сотрудников. От того, насколько будет оперативно и качественно поставлена работа секретарем с документами, как он контролирует работу с документами сотрудников филиала, как организован учет и информационно-справочная работа с документацией, хранение, будет решен вопрос излишнего объема документов, направление их в потоки и правильная обработка документов, что является гарантом оперативного принятия решения по проблемным вопросам.

В соответствии с рекомендациями ГОСТ Р ИСО 15489-1-2007, процесс перехода к усовершенствованию или обновлению следует через проведение нескольких этапов:

- предпроектное обследование;
- анализ;
- разработка проекта внедрения;
- составление технического задания;
- внедрение проекта;
- рассмотрение объекта после внедрения.

Для определения сложившихся проблем в постановке секретарем делопроизводства проведен анализ организационных, нормативных документов по ДООУ, должностных инструкций на соответствие локальной нормативной базы секретаря требованиям основных федеральных законов по делопроизводству, ГОСТ Р ИСО 15489-1-2007, ГОСТ Р 6.30-2003, ГОСТ 17914-72. За эталон инструкции по делопроизводству взята Инструкция по делопроизводству в Федеральных органах исполнительной власти (утверждена приказом Минкультуры России от 08.11.2005 г. № 536).

Проведя изучение нормативной документации, используемой секретарем, можно выделить некоторые несоответствия с нормативными документами государственного уровня. Прежде всего следует связать большое количество нормативных документов по ДООУ. Большая часть их устарела и предполагается объединить требования и создать один документ – инструкцию по делопроизводству филиала «Нижегородский Теплоэлектропроект», которая и будет основным документом ДООУ, используемым в деятельности секретаря. Разработать нормативно-методическую базу необходимо в соответствии с последними государственными стандартами.

В настоящее время инструкция по делопроизводству в филиале не включает в себя следующие требования:

- исключен пункт «Требования к оформлению документов» (поля, форматы бумаги);
- не конкретизированы формы отчетности исполнителей;
- недостаточное количество информации по составу, обработке внутреннего документооборота;
- не прописаны требования и этапы экспертизы ценности документов.

Должностная инструкция секретаря директора в филиале подлежит замене на новую, потому что не конкретизирует выполняемые функции и не соответствует последним законодательно-нормативным актам. Обновленная должностная инструкция секретаря позволит точно и полно отражать все аспекты его деятельности. Этот документ может послужить при разрешении спорных ситуаций при выполнении определенных операций.

Номенклатура дел, которой секретарь руководствуется при определении сроков хранения и формировании дел, создавалась в 2003 году, когда еще не была введена система электронного документооборота, поэтому предполагается ее уточнение и обновление. Количество заведенных дел и заголовки рекомендуется привести в соответствии с реальным положением дел. Удобство использования номенклатуры решит вопрос регламентации делопроизводственных функций секретаря.

Анализ распорядительных и информационно-справочных документов, оформляемых секретарем, на соответствие требованиям оформления ГОСТ Р 6.30-2003 показал, что эти документы имеют необходимый состав реквизитов. В филиале «Нижегородский Теплоэлектропроект» письма разрешено печатать другим сотрудникам филиала, в связи с чем качество подготовки документов снижается. Для этого предполагается унифицировать состав реквизитов. Это можно выполнить с помощью введения табеля форм документов.

Таким образом, можно в любой момент времени воспользоваться этими формами типовых документов; исчезнет возможность создания неправильно оформленных документов и соответственно перепроверки состава реквизитов на определенных видах документов.

Проблемы выделены также на уровне распределения внутренних документов, которые образуют три направления документопотока: руководству филиала «Нижегородский Теплоэлектропроект», руководству структурных подразделений, непосредственно специалистам. Значительная часть документов поступает руководству, которое в связи с большим объемом документов испытывает большие информационные перегрузки. Вместе с тем, большая часть информации не соответствует их уровню и информационным потребностям и может быть направлена сразу в структурные подразделения.

Секретарь работает с документами с помощью программы электронного документооборота TDMS. Нужно отметить, что еще редко встречается в нижегородских организациях хорошо поставленный электронный документооборот. Фирма «Нижегородский Теплоэлектропроект» многое делает в этом направлении. Однако еще многое по развитию электронного документооборота компании нужно сделать. Например, недостатком в реализации работы в программе TDMS является то, что вся входящая корреспонденция регистрируется в папке «входящая» (приказы вышестоящих организаций, письма, протоколы и т.д.). Сделать отчет, например, по поступающим приказам от вышестоящей организации не представляется возможным. Для этого предлагается дополнительно ввести электронную форму регистрации необходимой документации, например приказов. С ее помощью секретарь сможет самостоятельно снять отчет в системе по определенным видам поступающих в филиал «Нижегородский Теплоэлектропроект» документов.

Сканирование и занесение изображения в программу TDMS в филиале осуществляется секретарем только на обработку входящей корреспонденции. Не решаются проблемы распечатки секретарем и другими сотрудниками исходящих документов. Для информационной совместимости и формирования банка данных необходимо введение сканирования исходящих документов. При этом время на обработку документации секретарем значительно возрастет. Для выполнения секретарем оптимального количества функций предлагается разделить обязанности с его помощником.

Для ускорения делопроизводства рекомендуется установить маршруты движения документов и закрепить их в инструкции по делопроизводству. При построении схем документооборота необходимо особо выделять прохождение таких групп документов, как документы, адресуемые на имя руководства и в структурные подразделения. Использование графика или других схем позволит достичь точности документопотоков.

Таким образом, роль секретаря филиала «Нижегородский Теплоэлектропроект» сводится к приведению всей локальной нормативной базы делопроизводства в соответствие с

изменениями в законодательстве, в совершенствование системы документационного обеспечения управления за счет дальнейшего развития электронного документооборота, к контролю за качеством управленческих документов во всех структурных подразделениях.

*И.В. Макеев, Е.С. Зыкова*

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕРАКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ ГОСУДАРСТВОМ И НАСЕЛЕНИЕМ**

В настоящее время высшим руководством страны уделяется повышенное внимание роли информационных технологий в обеспечении эффективности государственного управления и качества взаимодействия между гражданами и государством.

Сейчас для государственных структур характерен переход от автоматизации канцелярии к комплексным ЕСМ-решениям (управление информационными ресурсами предприятия или управление корпоративной информацией), включающим электронные административные регламенты, электронные архивы, технологии взаимодействия с гражданами, информационно-аналитические системы и т.п.

Организация внутреннего (ведомственного) документооборота постепенно уходит на второй план. Глобальной задачей выступает организация межведомственного электронного документооборота, электронного взаимодействия с гражданами.

В любой развитой демократической стране проблемам взаимоотношений государства и общества, эффективности деятельности органов государственной власти, направленной на улучшение жизни граждан, оказывается повышенное внимание. Для большинства граждан повседневное непосредственное общение с государством сводится к получению тех или иных услуг, поэтому именно по качеству их оказания общество оценивает эффективность государственного управления в целом и отношение государства к гражданам и бизнесу. Государственные услуги возникают на любых жизненных этапах граждан: рождение, получение паспорта, регистрация собственности, открытие бизнеса – поэтому не вызывает сомнения необходимость обеспечения качественного их оказания. Вместе с тем, согласно проведенным исследованиям, только 1% граждан оценивает качество предоставляемых государственных услуг как «отличное».

Так, по данным опроса, проведенного фондом «Общественное мнение» осенью 2008 г., подавляющее большинство опрошенных (69%) сообщили о том, что испытывают те или иные проблемы при получении государственных услуг. Об отсутствии проблем заявили лишь 12% опрошенных, 17% сообщили, что никогда не обращаются в госучреждения. В целом качество государственных услуг в своем населенном пункте 18% граждан оценили как «отличное» и «хорошее», 54% – как «удовлетворительное» и 17% – как «плохое» и «очень плохое».

Среди основных проблем, с которыми сталкиваются граждане при обращении за услугами в органы власти, – долгое ожидание в очереди, необходимость многократно обращаться по одному и тому же вопросу, долгое ожидание результата, недостаток информации о процедуре получения услуги. Например, по таким услугам, как регистрация прав на земельный участок, регистрация прав на недвижимое имущество, регистрация по месту жительства (пребывания), оформление единовременной материальной помощи срок оказания составляет более месяца.

В то же время повышение доступности государственных услуг позволяет рассчитывать на достижение определенного социально-экономического эффекта. В настоящее время с учетом сокращения реальных доходов населения спрос на государственные услуги смещается в сторону социально-ориентированных услуг: социальная помощь, пособия, содействие занятости и т.д. Повышение качества оказания этой категории услуг ослабит социальную напряженность в обществе. Также значительным будет эффект от сокращения издержек бизнеса на преодоление всякого рода административных барьеров, особенно в нынешней экономической ситуации.



Одним из механизмов улучшения системы государственного управления в России, нацеленного на ускорение социально-экономического развития страны, явилась административная реформа, начатая еще в 90-х годах прошлого столетия. В 2005 году Правительством РФ была одобрена «Концепция административной реформы в Российской Федерации в 2006–2010 годах» [1], одной из основных целей второго этапа которой является повышение качества и доступности государственных услуг. В процессе ее реализации была проведена значительная работа по оптимизации полномочий федеральных органов исполнительной власти, разработке административных регламентов оказания услуг. Вместе с тем, текущая ситуация не позволяет говорить о значительных успехах в области повышения эффективности государственного управления и оказания государственных услуг.

В рамках указанной реформы в настоящее время создается так называемое «электронное правительство» как система, обеспечивающая за счет широкого применения ИКТ (информационно-коммуникационных технологий) качественно новый уровень оперативности и удобства получения гражданами и организациями государственных услуг и информации о результатах деятельности государственных органов, повышения качества административно-управленческих процессов. Понятие «электронное правительство» включает трансформацию внутренних и внешних отношений государственных организаций на основе использования возможностей сети Интернет, информационных и телекоммуникационных технологий с целью оптимизации предоставляемых государственных услуг и повышения уровня участия общества в вопросах государственного управления.

Этот подход находит свое отражение в таких концептуальных документах, как «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации» [2] и «Концепция формирования в Российской Федерации электронного правительства до 2010 года» [3].

#### ***Библиографический список***

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 25 октября 2005 г. № 1789-р «Концепция административной реформы в Российской Федерации в 2006-2010 гг.».
2. Распоряжение Президента Российской Федерации от 7 февраля 2008 года № Пр-212 «Об утверждении стратегии развития информационного общества в Российской Федерации».
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 06.05.2008 № 632-р «О Концепции формирования в Российской Федерации электронного правительства до 2010 года».

***И.В. Макеев***

### **ОПЫТ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И НАСЕЛЕНИЯ ПРИ ОКАЗАНИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ**

Для предоставления государственных услуг в электронном виде необходима система электронного межведомственного взаимодействия государственных структур. Сейчас, как правило, практически во всех органах власти внедряется единая система электронного документооборота, но, наряду с этим, используются различные информационные системы для обработки запросов граждан, предоставления государственных услуг, а также индивидуальные базы данных и системы, не связанные между собой. Одной из основных проблем при создании межведомственной системы обмена документами (данными) является отсутствие единого стандарта форматов передачи электронных документов для автоматического обмена документами между различными автоматизированными системами документационного обеспечения управления. Для успешного решения этого вопроса необходима разработка на национальном уровне стандарта, регулирующего вопросы практической реализации взаимодействия различных ведомственных систем.

Таким образом, на сегодняшний день мы имеем ряд первоочередных задач, стоящих перед государством, без решения которых невозможен переход на уровень предоставления

государственных услуг в электронном виде: разработка и принятие соответствующих нормативных актов, регламентов взаимодействия, ГОСТов и стандартов; обеспечение граждан доступными средствами электронной идентификации; обеспечение защиты информации (персональных данных) со стороны держателей ведомственных баз данных, направляемой по каналам передачи данных.

Тема организации взаимодействия государственных органов с населением посредством Интернет-порталов является одной из самых актуальных в последнее время. В Нижегородской области активно реализуются проекты, направленные на эффективное взаимодействие государственных структур с населением. С 2003 года на официальном сайте Правительства Нижегородской области ([www.government.nnov.ru](http://www.government.nnov.ru)) активно функционирует Интернет-приемная губернатора, через которую в органы исполнительной власти подано и проработано более 5500 обращений граждан. Третий год функционирует Интернет-портал государственных и муниципальных услуг Нижегородской области – [www.gu.nnov.ru](http://www.gu.nnov.ru) (запущен в эксплуатацию в феврале 2007 года одним из первых в РФ). С лета 2009 года работает портал «Электронный гражданин Нижегородской области».

Более подробно остановимся на Интернет-портале государственных и муниципальных услуг Нижегородской области. Для достижения поставленных целей в 2006 году Правительством Нижегородской области были начаты разработка и внедрение Интернет-портала государственных и муниципальных услуг Нижегородской области.

Проведено анкетирование органов государственной власти Нижегородской области на предмет оказания государственных услуг, собрана нормативная база, выделена ключевая информация о порядке оказания услуг, проведен конкурс на разработку портала в соответствии с техническим заданием, осуществлено наполнение портала информацией. 1 февраля 2007 года портал государственных и муниципальных услуг Нижегородской области официально запущен в промышленную эксплуатацию.

За всю историю существования проекта было разработано и принято четыре нормативно-правовых акта, регулирующий реализацию проекта:

1. Распоряжение Правительства Нижегородской области № 1140-р от 12 декабря 2006 года «О создании Единого Интернет-портала государственных и муниципальных услуг Нижегородской области» (в настоящее время утратило силу).

2. Распоряжение Правительства Нижегородской области № 915-р от 6 июля 2007 года «Об утверждении регламента управления единым Интернет-порталом государственных и муниципальных услуг Нижегородской области» (в настоящее время утратило силу);

3. Постановление Правительства Нижегородской области № 178 от 3 апреля 2009 года «Об утверждении административного регламента аппарата Губернатора и Правительства Нижегородской области по исполнению государственной функции “Управление Порталом государственных и муниципальных услуг Нижегородской области”».

4. Постановление Правительства Нижегородской области № 660 от 9 сентября 2009 года «Об утверждении Регламента управления единым Интернет-порталом государственных и муниципальных услуг (функций) Нижегородской области».

В начале 2009 года на портале запущен первый on-line сервис, позволяющий населению узнать размер своей ежемесячной денежной компенсации и размер жилищной субсидии.

С октября 2009 года запущен в опытную эксплуатацию новый on-line сервис – «Электронная заявка в ЗАГС», позволяющий выбрать желаемую дату и время регистрации брака и направить через Интернет электронную заявку, в которой указываются все необходимые для заявления данные. Все поступившие заявки обрабатываются в ЗАГСе и заявителям направляется уведомление-подтверждение приема заявки и согласование времени и даты регистрации. Данный сервис не исключает необходимости личной явки желающих зарегистрироваться, но позволяет сэкономить время на ручном заполнении бланков с последующим вводом их в систему ЗАГСа, а также выбрать заблаговременно дату регистрации. В настоящее время более 150 пар подали заявку на регистрацию в электронном виде.

Еще одним нововведением стали «Горячие Интернет-линии», начавшие свою работу с декабря 2009 года на сайте Правительства Нижегородской области ([www.government.nnov.ru](http://www.government.nnov.ru)). Предложение об организации нового формата общения представителей органов власти с гражданами поступило от управления информатизации аппарата Правительства Нижегородской области. Данная инициатива была положительно воспринята со стороны руководства, и Интернет-линии запущены в эксплуатацию.

Функционал Интернет-линий предоставляет следующие возможности:

5. направление обращений граждан по определенной тематике в электронном виде;
6. оперативное получение ответа на обращение (срок рассмотрения от трех до десяти дней) компетентным ведомством в электронном виде;
7. безбумажная обработка и пересылка обращений.

Активное участие в работе по созданию интерактивных сервисов и Интернет-порталов принимают выпускники кафедры истории и документоведения НГТУ. В последние годы были защищены интересные дипломные проекты по указанной тематике Е.С. Зыковой, Н.А. Черновой, М.А. Бувеч и др.

*А.В. Никитин*

## **РУССКОЕ ГОСУДАРСТВО И РУССКОЕ ОБЩЕСТВО – ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ**

Курс «История государственных учреждений в России» дает возможность на большом историческом материале проследить формирование и развитие коммуникативных связей между государством и обществом. Государство далее будет рассматриваться как общественный институт, возникший для обеспечения потребностей общества. Его неотъемлемыми атрибутами являются властные органы и правящая элита, использующая эти органы для исполнения государственных функций.

Поскольку государство Киевская Русь возникло вследствие назревших социально-экономических предпосылок, то взаимоотношения государства и общества развивались плавно, без особых потрясений.

Коммуникативная связь государства и общества выражалась в том, что правящая элита своевременно изменяла властные государственные институты, исходя из интересов общества. Так, на месте единого государства возникли полтора десятка практически независимых княжеств. Это отвечало потребностям социально-экономического развития русского общества.

В каждом княжестве возник своеобразный консенсус трех политических сил: властных полномочий князя, аристократического влияния элиты, демократического влияния городского веча. Попытки нарушить этот консенсус, то есть пойти против естественного хода вещей, пресекались. Исключение – Новгород Великий – только подтверждает правило. Так, стремление Андрея Боголюбского стать «самовластием земли Русской» закончилось его убийством. Время для самовластия еще не пришло.

Естественный ход развития коммуникативных связей государства и общества был прерван в XIII веке монгольским нашествием. Монголы не только своим жертвам ломали хребты, они фактически сломали хребет русскому обществу, развитие которого до XVIII века шло по европейским лекалам. Отныне все изменилось. Русское общество рассыпалось, потеряв структуру и организацию. Но государственные структуры монголы сохранили. Поскольку извлекать экономическую выгоду из покоренных земель можно было лишь при помощи соответствующих властных органов, то монголы сохранили государственное начало в русских княжествах, выдавая князьям ярлыки на право управления соответственным княжеством.

XIII–XV века – это время постоянного усиления значения государства за счет уменьшения роли общества. Распавшееся русское общество с трудом консолидировалось. В условиях чужеземного ига люди видели единственную возможность избавиться от него в сильном, мощном государстве. И когда это освобождение пришло, авторитет государства еще более вырос. Отныне оно становится единственным гарантом нормального общественного развития.

В соответствии с этой ролью государство расширяет свои полномочия, создавая все новые властные органы. Они появляются как в центре (приказы), так и на местах (губные и земские старосты). О былом равновесии коммуникативных связей между государством и обществом нет и речи. Отныне властные импульсы исходят только от государства, а роль общества сводится к тому, чтобы исполнять их.

Такое положение дел было резко изменено в царствование Ивана Грозного. Опричный террор нарушил связи государства и общества, подорвав экономические, социальные и нравственные устои жизни общества. Прекращение правящей династии Рюриковичей лишило государства сакрального характера, и общество окончательно «пошло в разнос».

Только угроза исчезновения русского государства вообще изменила ситуацию. Оказавшись «у бездны мрачной на краю», русское общество нашло в себе здоровые силы, чтобы начать воссоздавать государственные структуры. Правящая элита оказалась к этому неспособной, ибо исчезло то государство, где она была правящей. Между прочим, один из выводов «смутного времени» заключается в том, что в условиях деградации государства и исчезновения государственных структур только силы, находящиеся вне этих структур, могут начать работу по их восстановлению.

В первое десятилетие после смуты наступило редкое в России время, когда в полной мере восстановилась связь между государством и обществом, причем фактически на равноправной основе. Это выражалось прежде всего в практически непрерывной работе Земских соборов.

Но по мере укрепления государства это время согласия уходит в прошлое. Связь по линии «государство - общество» прерывается. И свое недовольство политикой государства общество отныне может выразить только в форме анархических бунтов. И в дальнейшем взаимоотношения общества будут развиваться подобным же образом: государство усиливает давление, общество сопротивляется в таких же анархических формах.

Рассмотрим проблему коммуникативных связей государства и общества с точки зрения темпов развития страны, то есть проблемы модернизации. В период равномерного развития связей «государство-общество» эта проблема не возникла, так как социально-экономическое развитие страны шло своим чередом.

Ордынское иго отбросило страну в своем развитии далеко назад. И потом отставание не только не было преодолено, но еще больше накапливалось как следствие бурной российской истории. В результате к началу XVIII века отставание России от европейских стран достигло опасной для национальной независимости величины. Тогда и возникла проблема модернизации.

Общество к этой проблеме было абсолютно равнодушно, правящая элита в основном руководствовалась принципом: «не нами положено – не нам и брать». Проблему модернизации решил Петр I при явном или тайном сопротивлении общества и значительной части элиты.

Еще один факт, который показывает различное отношение государства и общества к проблеме модернизации, – работа Уложенной комиссии 1767 г. В ее работе участвовали представители всех сословий российского общества, за исключением крепостных крестьян. Стоило Екатерине лишь намекнуть на пагубность крепостного права, назвав его «несносным игом», как на нее обрушился такой поток злобы (в завуалированной, однако, форме), что, как потом писала Екатерина, «дело едва не дошло до камней».

Последующие исторические события дают такую же картину: государство понукает, элита и общество безмолвствуют, либо нехотя бредут следом, спотыкаясь на каждом шагу.

Ситуация начала меняться лишь в конце XIX – начале XX века, когда в разных слоях общества появляются носители иных взглядов, отличающихся от позиции государства.

Однако вскоре прогнившая насквозь российская государственность рухнула, погребя под своими обломками и первые ростки свободного российского общества.

В настоящее время ситуация остается практически такой же: всемогущее государство и покорно бредущее за ним общество. Хотя совершенно ясно, что гражданское общество может возникнуть лишь тогда, когда жители России станут экономически самостоятельными. И пока большая часть населения живет за чертой бедности или получает мизерную зарплату от

государства, все разговоры о гражданском обществе так и останутся разговорами, а российское общество как было, так и будет не субъектом, а объектом истории.

*Г.Н. Хитева, С.Р. Попков*

## **ДОКУМЕНТЫ ПО ИСТОРИИ РЕВОЛЮЦИОННОГО ТЕРРОРИЗМА НА ОСНОВЕ Ф. 245. ГОРЬКОВСКОГО ОТДЕЛЕНИЯ ВСЕСОЮЗНОГО ОБЩЕСТВА ПОЛИТКАТОРЖАН И ССЫЛЬНОПОСЕЛЕНЦЕВ ГУ ГОПАНО**

История ГУ ГОПАНО ведет отсчет с начала 20-х годов XX века. Начало формированию самостоятельной сети партархивов положило Постановление СНК РСФСР от 21 сентября 1920 г. «Об учреждении Комиссии для собирания и изучения материалов по истории Октябрьской революции и истории РКП (б) (Истпарт)». В 1921 г. был создан Институт К. Маркса и Ф. Энгельса, а в 1923 г. – Институт В.И. Ленина. Расширение сферы влияния правящей партии на все стороны государственной жизни привело к созданию в апреле 1924 г. архива Истпарта и затем отделений (бюро) на местах.

Создание партийного архива Нижегородской губернии относится к октябрю 1921 года. В течение первых лет работы партархива были довольно полно собраны и обработаны документы и материалы партийных и комсомольских организаций. В архив поступили документы и материалы революционного подполья (прокламации, листовки, протоколы и др.) и мемуарные материалы (воспоминания партийных работников, кадровых рабочих Сормова, Канавина, Кулебак, Выксы и др.), составлены справочная картотека персоналий и хроника революционных событий в губернии.

В 1929 г. произошла реорганизация архива на основании Постановления ЦК ВКП(б) «Об организации единого партийного архива». Роль партийных архивов заключалась в правильной организации партийного хозяйства в соответствии с директивами ЦК ВКП(б).

В общих положениях о едином партийном архиве, утвержденных этим Постановлением, было записано: «Для концентрации партийного архивного фонда при Институте Ленина создается центральный партийный архив и филиалы его (местные партийные архивы при местных укрупненных Истпартах)». О составе документов говорилось, что единый партийный архив составляют: «а) все дела и документы партийных комитетов, ячеек, контрольных комиссий, комсомольских организаций и фракций советских, профсоюзных и других учреждений, отложившихся в их делопроизводстве и утративших свое значение для текущей работы; б) партийные материалы и документы партархивов, хранящиеся у отдельных лиц».

В связи с этим Постановлением партархив Нижегородского крайкома партии направил на места «Правила приведения в полный порядок, хранения и использования архивных материалов организаций ВКП (б) и ВЛКСМ». 18 октября 1929 г. Истпартотдел и партархив Нижкрайкома ВКП(б) разослал своим уполномоченным в райкомах партии письмо об оказании помощи в создании единого партархива края в совершенствовании учета, сбора партийных и комсомольских документов, дальнейшего приведения их в порядок.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации, рекомендациями Росархива в 1991 г. в России на базе документальных комплексов бывших партархивов были созданы новые структуры – центры хранения документации новейшей истории (свыше 40 центров). В сентябре 1991 г. и Горьковский партархив был передан в систему Росархива как Центр документации новейшей истории Нижегородской области. Документы партархива были переданы на государственное хранение и вошли в состав Архивного фонда Российской Федерации.

В июне 1998 г. после вступления в силу Закона Нижегородской области «Об архивном фонде Нижегородской области и архивах» учреждение получило новое название – Государственный общественно-политический архив Нижегородской области (ГОПАНО).

В ГУ ГОПАНО хранятся документы ф. 245. Горьковского отделения всесоюзного общества политкаторжан и ссыльнопоселенцев. 1924-1934. Ед. хр. 57. Общество организовано в

1924 году. Оно оказывало бывшим политкаторжанам и ссыльнопоселенцам материальную помощь, организовало лекции и доклады, занималось собранием, хранением, изучением и изданием материалов по истории царской тюрьмы, каторге и ссылке. Отделение возглавлял совет. Ликвидировано в 1934 году. В фонде содержатся протоколы заседаний президиума ЦС, оргкомиссий при нем, переписка с ним общества политкаторжан и ссыльнопоселенцев, протоколы конференции, заседаний совета, общих собраний горьковского отделения Всесоюзного общества бывших политкаторжан и ссыльнопоселенцев, финансовые документы, переписка с разными учреждениями и отдельными лицами, протоколы ревкомиссии, заседания правления кассы взаимопомощи, акты, автобиографии членов общества.

Документы ф. 245 немногочисленны по количеству, малоинформативны, носят сугубо биографический характер и содержат анкетные данные. В фонде нет материалов по анархистам, что можно объяснить нежеланием их участвовать в каких-либо организациях. По сути дела, документы содержат биографические данные террористов социал-революционеров (К. Буров, И. Малин, В. Несмелов), максималистов (Н. Павлов и А. Морозов) и социал-демократов (братья Васильевы, С. Семиклетов, Дружкин). Интересно, что двух эсеров в общество не приняли. Это объясняется, тем, что к этому времени в стране уже была создана однопартийная система. Мелкобуржуазные партии были разгромлены и признаны реакционными. Если эсер К. Буров и максималист А. Морозов быстро сориентировались и вступили после революции в РКП (б), то они могли рассчитывать на материальную помощь общества.

Эсеры применяли бомбы. Меньшевики – С. Семиклетов и Дружкин – применяли экономический терроризм, а большевики участвовали в подготовке вооруженного восстания. Большинство террористов были рабочими, многие были выходцами из деревни. В терактах использовали детей, например В. Несмелову, на момент совершения теракта ей было 14 лет.

Таким образом, все партии своими террористическими действиями способствовали крушению самодержавия. Однако к власти в 1917 г. пришли большевики, так как их деятельность носила организованный, систематический характер, а тактика была основана на использовании массового терроризма.

#### *Библиографический список*

Государственный общественно - политический архив Нижегородской области (ГУ ГОПАНО):

- 1) ф. 245 Горьковское отделение всесоюзного общества политкаторжан и ссыльнопоселенцев.
- 2) ф. 245, оп. 1, д. 4, л. 11.
- 3) ф. 245, оп. 1, д. 4, л. 13.
- 4) ф. 245, оп. 1, д. 6, л. 19.
- 5) ф. 245, оп. 1, д. 9, л. 16.
- 6) ф. 245, оп. 1, д. 10, л. 22.
- 7) ф. 245, оп. 1, д. 10, л. 46.
- 8) ф. 245, оп. 1, д. 15, л. 22.
- 9) ф. 245, оп. 1, д. 22, л. 231.
- 10) ф. 245, оп. 1, д. 45, л. 47.

*С.Р. Попков*

#### **ДОКУМЕНТЫ ОБ ЭКСПРОПРИАЦИЯХ И ВЫМОГАТЕЛЬСТВАХ, ПРОИЗВОДИМЫХ ПАРТИЕЙ СОЦИАЛИСТОВ-РЕВОЛЮЦИОНЕРОВ В СРЕДЕ ПРАВОСЛАВНЫХ СВЯЩЕННОСЛУЖИТЕЛЕЙ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ГУБЕРНИИ (НА ОСНОВЕ Ф. 1865 ГУ ЦАНО)**

Источники финансирования эсеровской партии давно известны исследователям: личные средства революционеров, частные пожертвования, экспроприации. Однако факты об

экспроприациях в среде духовенства малоизвестны, поэтому публикация документов ф.1865 ГУ ЦАНО будет интересна читателям.

Эсеровские группы в провинции, в отличие от Боевой организации, никогда не отказывались от грабежей, конфискации денежных средств, вымогательств пожертвований и других экспроприаций [1]. Эсеры начали экспроприации в 1904 году в западных областях, и к середине 1906 года подобные акты нанесли государству и частным лицам ущерб в миллионы рублей. Кассы местных организаций пополнялись за счет экспроприаций, что не могло не привлечь внимание руководства ПСР. Деятельность местных боевых отрядов становилась все более независимой и сводилась, в конечном итоге, к личному самообеспечению. Вскоре такие отряды вливались в ряды анархистов [2]. Во второй половине 1906 года по мере увеличения таких вымогательств престиж партии стал падать, а вместе с ним и моральный облик революционеров.

После жарких дебатов на II съезде ПСР в феврале 1907 года руководство партии объявило, что экспроприации государственной собственности допустимы только с санкции ЦК и не должны быть кровопролитными. Но партийные лидеры не отдавали себе отчет, что при признании принципа революционного насилия невозможно ограничить его применение. Отдельные эсеры предпринимали подобные акции по собственной инициативе, не получая санкции у местных комитетов [3]. Особой опасности подвергались лица, которых эсеры считали экспроприаторами. Кто не был зажиточным, но работал у богатых граждан или находился на службе у государства не мог чувствовать себя в полной безопасности [4]. К этой категории относились и священники, уровень жизни которых был выше, чем у неквалифицированных рабочих и обедневших крестьян, с одной стороны, а с другой стороны, они обеспечивали идеологическую поддержку правящему режиму. Самые наихудшие опасения лидеров ПСР, в частности Г. Гершуни, стали реальностью. Некоторые боевики забыли об идеалах и стали вести распутный образ жизни на деньги, конфискованные на дело революции [5].

***Ф.1865. Оп. 1. 1898-1917. Д. 2 Алфавит лиц, разыскиваемых по разным преступлениям и проступкам.***

Его Высокоблагородию Нижегородскому Полицмейстеру

От настоятеля Нижегородской Петропавловской Кладбищенской церкви, протоиерея

Петра Альбицкого

Сегодня в 7 часов утра 1 января 1911 г. в церковном деревянном доме притча Петропавловской церкви (Петропавловский переулок, д. №9) произошел пожар, я и многие другие были очевидцами крайне замедленного появления пожарных для тушения развившегося огня. Позволяю себе обратить внимание Вашего Высокоблагородия на это обстоятельство.

Кроме сего, покорнейше прошу Вас как Главного Начальника Нижегородской полиции от своего имени и от всех жильцов церковного дома Петропавловской церкви для охраны церковного дома и нас, членов притча от злоумышленников, так как мы живем в отдаленной местности, на окраине, командировать сегодня же особого городского на специальный пост. Я, настоятель церкви, получил вечером 30 декабря угрожающее письмо (с ругательствами по моему адресу и с вымогательством денег), каковое письмо было препровождено мною к сведению Господина Начальника Охранного Отделения. Подобное же угрожающее письмо, как я слышал, получено моим сослуживцем, священником Владимиром Ивановским, в квартире которого сегодня ночью и начался пожар.

ГУ ЦАНО, ф. 1865, оп. 1, д. 2, л. 2.

Господину Нижегородскому Полицмейстеру

Пристава Рождественской части

Рапорт

Представляю при сем Вашему Высокоблагородию анонимную записку угрожающего характера, подброшенную вчера на крыльцо дому Успенской церкви, что по Успенскому переулку, и переданную мне сего числа около 3 часов дня священником Успенской церкви о. Коневским.

ГУ ЦАНО, ф. 1865, оп. 1, д. 2, л. 11.

*Шайка бандитов*

*В.В.Б.*

*Вы в четверг положите на Вашу лавочку 150 рублей. Если Вы не положите, то Вас постигнет такая же участь, какая и «Госпожу Другову». Деньги положите между 4 – 5 часами вечера. Горе Вам, если Вы не дадите денег. Хотя одного из нашей шайки и поймали, но все-таки Госпоже Друговой и Вам, если не положите, будет вознаграждение.*

ГУ ЦАНО, ф. 1865, оп. 1, д. 2, л. 12.

27 февраля 1911 г.

*СРП*

*Отец Федор!*

*Нам нужны деньги, а у Вас много их, а потому пожертвуйте нам рублей двести – триста, деньги заверните в газетную бумагу и отнесите на кладбище и положите около часовни, которая против Вашего дома, сроком не позднее 15 марта.*

*В противном случае с Вами поступят, как с о. Владимиром.*

*СРП*

ГУ ЦАНО, ф. 1865, оп. 1, д. 2, л. 15.

на конверте

*Нижний Новгород, Ильинская улица, д. Иконникова, Г-же Иконниковой*

ГУ ЦАНО, ф. 1865, оп. 1, д. 2, л. 16.

*Современный атаман, гроза купечества, Тулмановский. Прошу положить сумму денег 35 рублей к 28 февралю к 7 часам вечера на Тихановскую улицу против пивной Вилкова, около забора есть скамейка и за нее положить в конверте только не бумагу, а деньги, ежели, не будет положено, то будете убиты 2 марта.*

ГУ ЦАНО, ф. 1865, оп. 1, д. 2, л. 17.

Революционеры из Боевой организации отрицательно относились к экспроприациям, кроме того, многие из них были парадоксальными христианами, сочетая террористическую деятельность и веру в бога. Мария Бенеvская была христианкой и никогда не расставалась с Евангелием. Иван Каляев, совершивший покушение на Сергея Александровича сочинял молитвы в стихах.

#### **Библиографический список**

1. Захарова-Цедербаум, К. В годы реакции // Каторга и ссылка. 1929. №:60. С. 73.
2. Кантор, Р. Смертники в тюрьме // Каторга и ссылка. 1923. № 6. С. 120.
3. Гейфман, А. Революционный террор в России, 1894–1917: [пер. с англ.] / А.Гейфман. - М.: КРОН-ПРЕСС, 1997. – 448 с.
4. Кобозев, П. Мои воспоминания о 1905 годе в городе Риге // Красная летопись. 1922. № 5. С. 296.

**В.В. Попова**

### **ФОНДЫ ЦЕНТРАЛЬНОГО АРХИВА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ О ПОЛОЖЕНИИ ГОРОДСКИХ СОСЛОВИЙ В ПОРЕФОРМЕННОЙ РОССИИ**

В дореформенной России сословная структура общества имела достаточно стройное и строгое строение. Сословия делились не только на податные и неподатные, но и на городские и сельские.

К городским сословиям, согласно Городовому Уложению Екатерины II, относились купцы I, II, III гильдий, почётные городские граждане и мещане. В полном согласии с этим делением строилась так называемая «шестигласная дума», возникшая в недрах созданной на основании Городового Уложения Екатерины II системы городского самоуправления. Несмотря



на общепризнанные, казалось бы, критерии отнесения к сословию, каким является принцип наследственности, на деле в России он никогда в полной мере не соблюдался, и происходило пластичное (либо даже взрывное по характеру) перетекание из одного сословия в другое. Наиболее яркими примерами слома традиционной системы наследования сословного положения являются периоды так называемой опричнины 1560–70 гг., когда происходило перемешивание сословий, вознесение к вершинам боярского управления представителей малородовитых дворян, а также период административных преобразований Петра I, закономерно завершившийся созданием «Табели о рангах», законодательно возвещавшей о праве представителей низших сословий получить права и привилегий сословий высшего порядка. Тем более, всё это будет справедливо для бурных событий второй половины XIX в., вполне заслужено получивших наименование «великих реформ».

Преобразования «великих реформ», прежде всего крестьянская реформа 1861 г., привели к размыванию критериев сословности, поэтому с этого времени к городским сословиям можно относить не только традиционный перечень рубежа XVIII–XIX вв.

Так, после крестьянской реформы и последующей потери дворянством его юридической и административной роли в деревне происходит прогрессирующее обезземеливание дворянства (понятия дворянина и помещика перестают быть синонимичными) и, соответственно, переселение дворян из сельских усадеб в города, где они занимают всё более заметные позиции в промышленности и банковском деле, а также и в системе административно-политического управления.

Одновременно с этим происходит и прогрессирующее обезземеливание крестьянства, причём двоякого рода.

С одной стороны, беднейшая часть крестьянства, избавляясь от земли, стремительно пауперизируется, отправляется в город на заработки, пополняя ряды рабочих, приближаясь по своему положению к разряду мещанства, оставаясь, тем не менее, в формально-юридических рамках крестьянского сословия.

С другой стороны, наиболее предприимчивая часть крестьянства, распродавая свои земельные участки, пускает вырученный капитал на торгово-ростовщическую или промышленную деятельность, скупая в городах торговые и производственные площади. Постепенно они становятся одними из столпов общества, активными меценатами, покровителями наук и искусств, оставаясь, опять же, с точки зрения официальной статистики, крестьянами. В Нижегородской губернии наиболее яркими примерами этого могут служить такие «крестьяне», как Н. Бугров, А. Башкиров, Н. Сироткин и др.

Сюда надо добавить ещё и то, что значительная часть так называемого «белого» духовенства была сосредоточена в городских приходах, да и «чёрное» духовенство зачастую проживало в этот период уже не в глухих чащобных скитах, а в городских монастырях.

Таким образом, к концу пореформенного периода картина городских сословий становится всё более пёстрой и разнообразной. Поэтому понятие «городские сословия» можно понимать в двух значениях:

- а) в узком, как сословия, принадлежавшие постоянно и исключительно городам;
- б) в широком, как сословия, представители которых так или иначе присутствовали в городах и деятельно участвовали в городской общественной жизни.

В Центральном архиве Нижегородской области (ЦАНО) наиболее интересный материал для исследования сложных взаимоотношений как между самими сословиями, так и между сословиями и правительством, могут дать такие фонды, как Ф.72 (Нижегородское губернское присутствие по земским и городским делам); Ф.73 (Нижегородский губернский временный комитет по земским учреждениям)); Ф. 1424 (Нижегородский купеческий староста); Ф. 2442 (Нижегородская комиссия по составлению городской обывательской книги); Ф. 1398 ((Нижегородский губернский мануфактурный комитет); Ф. 457 (Спорный фабричный инспектор Нижегородской губернии); Ф. 2781 (Окружной инспектор Нижегородского городского округа); Ф. 441 (Заводское совещание Нижегородского района); Ф. 431 (Нижегородский областной военно-промышленный комитет); Ф. 736 (Особый Нижегородский

городской комитет Всероссийского союза городов); Ф. 489 (Нижегородская ярмарочная контора); Ф. 491 (Нижегородский ярмарочный биржевой комитет)); Ф. 472 (Нижегородский ярмарочный комитет); Ф. 906 (Союз земских служащих); Ф. 1908 (Нижегородский союз торговых служащих); Ф. 432 (Нижегородский биржевой военно-промышленный комитет); Ф. 837 (Павловский военно-промышленный комитет); Ф. 1799 (Нижегородское отделение Совета съездов деятелей по мелкой и средней промышленности и торговле); Ф. 2523 (Совет Союза фабрикантов и заводчиков Нижегородской губернии); Ф. 905 (Сапожно-башмашечный союз кустарей-ремесленников); Ф. 1605 ((Центральный продовольственный комитет при совете съездов судовладельцев); Ф. 2419 (Нижегородский городской продовольственный комитет); Ф. 1529 (Совет съездов судовладельцев); наконец, ряд фондов личного происхождения нижегородских купцов, промышленников, предпринимателей.

Здесь перечислены лишь наиболее яркие и показательные фонды ЦАНО. Внимательное же исследование других его фондов, до сих пор не подвергавшихся пристальному анализу специалистов, таит в себе множество открытий.

Если исследовать периодизацию трансформации положения городских сословий во второй половине XIX – начале XX вв., то следует отметить, что она весьма мало совпадает с действием такого субъективного фактора, как смена царствующих особ на престоле.

Можно выделить три основных периода:

1. От начала «великих реформ» (1861-1864 гг.) до начала 1890-х гг.

Нижняя граница здесь объясняется тем, что крестьянская реформа коренным образом изменила прежде всего политико-правовое и административное положение дворянства, обесмысливая его роль в местном самоуправлении и создавая такое относительно новое явление, как самоуправляющаяся крестьянская волость. Земская реформа 1864 г. основывалась во многом на сословном принципе избрания гласных и распределения руководящих постов в этом странном симбиозе государственно-муниципального управления.

Основанием верхней границы здесь служит действие таких разнородных и разноречивых факторов, как «земская контрреформа» 1890 г., кардинально изменившая соотношение сил между сословиями в местном представительстве городов, университетская контрреформа, искажившая условия для умственного и гражданского развития различных сословий и, наконец, принятие фабрично-заводского законодательства 1892 г., упорядочившего, при всех своих изъянах, административно-правовое и дисциплинарное положение рабочих.

2. Второй период продолжается от начала 1890-х гг. до 1906 г. Основанием для выделения верхней границы этого периода стало принятие Манифеста 17 октября 1905 г., провозгласившего довольно последовательную программу гражданско-правового и политического положения различных сословий. Фактическое воздействие этого Манифеста на реальный политический процесс в России и, соответственно, на положение сословий в политической системе относится именно к началу 1906 г.

3. Третий период охватывает межреволюционный период 1906–1917 гг. Правительственная политика в этот период отличалась неуверенностью и противоречивостью, но основной константой было постепенное усекновение прав сословий, торжественно провозглашённых в Манифесте 17 октября 1905 г., по мере непрестанного разгона нескольких составов Государственных дум: Первой – в 1906 г., Второй – в 1907 г., и фактическое прекращение деятельности Четвёртой думы в последний период её деятельности – в 1916–1917 гг. Рубежом во многом выступает так называемый «государственный переворот» 3 июня 1907 г., основная суть которого сводилась к изменению соотношения сословного представительства в Государственной думе. Совершенно особое место в рамках третьего периода занимает период Первой мировой войны, когда происходит небывалое сращивание государственного и частного капитала, формирование в рамках так называемых «особых комиссий», одной из первых в мире системы государственно-монополистического капитализма. Здесь же, в рамках третьего периода, с неизбежностью должны быть рассмотрены также и проблемы, связанные с коренным пересмотром правительственной сословной политики в период с февраля по октябрь 1917 г., когда сословия были, наконец, официально ликвидированы.

Именно такая градация постреформистской трансформации сословий должна быть положена в основу исследования правительственной сословной политики и положения сословий в пореформенной России.

*Э.А. Тихонова*

## **ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АРХИВНЫЙ ФОНД РОССИИ – НАЦИОНАЛЬНОЕ ДОСТОЯНИЕ**

Каждый человек, когда он имеет возможность посетить архив и соприкоснуться с архивными материалами, испытывает необычайное чувство чего-то неизвестного, чувство особого интереса к информации, содержащейся в этих материалах. Листая архивное дело, он как бы листает живые страницы далекой и близкой истории своей Родины. Можно утверждать, что архивный документ – это историческая память народа.

Героические дела, трудности и испытания, выпавшие на долю «первопроходцев на дорогах истории», – все это хранят архивы, и не только хранят, но и создают все условия для того, чтобы исторический опыт изучался, становился достоянием науки, народа, практики. Без архивных документов нельзя мыслить становление и развитие отечественной исторической науки. К изучению исторического опыта нашего народа всегда проявлялся и будет проявляться всевозрастающий интерес, ибо архивные материалы были и остаются незаменимым документальным источником информации.

Положение о Государственном архивном фонде СССР, утвержденное Советским правительством 4 апреля 1980 г., определяет Государственный архивный фонд как совокупность принадлежащих государству документов, имеющих политическое, научное, социально-культурное или историческое значение. Среди них акты законодательства, управленческая, проектная, конструкторская, технологическая и другая документация, кино,- фотодокументы, звуко- и видеозаписи, рукописи, рисунки, дневники, мемуары, переписка и другие документы.

Нередко говорят: без архивного документа нет истории государства и народа, нет нации. И это, очевидно, правильно. Проходят столетия, одно поколение сменяет другое, и память о содеянном каждым из них сохраняется в таком уникальном и бесценном источнике, как архивные документы. Их совокупность дает возможность получить сведения по самым различным аспектам отечественной истории.

Документы Государственного архивного фонда освещают историю народов нашей страны с IX в. и до наших дней. Среди наиболее древних – пергаментная рукопись «Четвероголав» (IX в.), завещание царя Давида Строителя (1123 г.), грамоты царицы Тамары (XII в.), договорная грамота Новгорода Великого с великим князем владимирским и тверским Ярославом Ярославичем (1226 г.), духовные грамоты великих князей московских Ивана Даниловича Калиты (1339 г.), «Русская Правда» Ярослава Мудрого в списке XIV в.

В архивах широко представлены документы по социально-экономической истории России XVI–XIX вв., характеризующие феодально-крепостнические отношения, внутреннюю политику царизма, развитие капитализма в России, процесс формирования пролетариата. Среди документов Государственного фонда – уникальные источники по истории крестьянских восстаний и войн под предводительством И.И. Болотникова, С.Т. Разина, Е.И. Пугачева.

Значительный комплекс документов рассказывает об участии народных масс в защите Родины, о братской помощи русской армии народам Болгарии, Сербии, Черногории, Румынии, Греции в их национально-освободительной борьбе, мужестве и героизме русских воинов.

В документах – сведения о создании Петром I регулярной армии, комплектовании, обучении и боевой подготовке войск, состоянии военной техники и вооружения, развитии воздухоплавания и авиации, артиллерии, фортификации и инженерного дела, развитии военно-морского искусства. Они рассказывают о географических и научных открытиях, об истории

кораблестроения, военно-морской техники и военного образования, материалы о кругосветных плаваниях, географических и научных открытиях всемирно известных мореплавателей.

В Государственном архивном фонде находятся большие комплексы документов, освещающих управление социально-культурным строительством и отражающих процесс развития народного образования, здравоохранения, физкультуры и спорта. Прогресс промышленности и экономики невозможен без развития науки и техники. Поэтому в архивных фондах значительное место занимает научно-исследовательская, проектная и конструкторская документация, отражающая развитие научно-технической мысли в нашей стране. К числу уникальных документов относятся материалы о зарождении советского судостроения в 1918-1928 гг. на машиностроительном заводе «Красное Сормово» в Нижнем Новгороде, заводов «Азовсталь», «Запорожсталь», «Амурсталь».

Документы хранят многочисленные свидетельства подвига, совершенного советским народом в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.: это письма с фронта и на фронт, тексты передач по радио для партизан, корреспонденции с фронта, сводки Совинформбюро, сообщения ТАСС, сведения о героическом труде в тылу; это также документы Чрезвычайной государственной комиссии по установлению и расследованию злодеяний немецко-фашистских захватчиков и их сообщников и причиненного ими ущерба гражданам, колхозам, общественным организациям, государственным предприятиям и учреждениям СССР в годы Великой Отечественной войны; материалы Нюрнбергского и Токийского процессов над главными военными преступниками Второй мировой войны.

Государственный архивный фонд – бесценная сокровищница документов личного происхождения. Это, например, подлинные документы М.В. Ломоносова, Н.И. Лобачевского, Н.Е. Жуковского, К.Э. Циолковского, Д.И. Менделеева, П.Л. Капицы и др. Крупный комплекс документов освещает развитие русской и советской литературы. Среди них творческие материалы, дневники, записные книжки, переписка А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова, Н.В. Гоголя, Л.Н. Толстого и др.

Среди документальных богатств архива видное место занимают материалы по истории изобразительного искусства и архитектуры – рисунки, эскизы, гравюры, воспоминания, рукописи статей и монографий, чертежи, гравюры, литографии известных миру архитектурных ансамблей, а также автографы выдающихся деятелей мировой культуры: В. Гюго, Н. Паганини, И.С. Баха, Вольтера, Р. Кента и др. Становление кинематографии – достояния советского кино – и его международное призвание нашли отражение в фондах Госкино, Министерства кинематографии. Уникальны кинокадры о боевых действиях, жизни и быте советских людей в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.

Большое число фото- и кинодокументов повествует о мирной жизни и созидательном труде советских людей в послевоенные годы; о покорении космоса, стройках пятилеток. Международное сотрудничество в мирном освоении космоса широко освещено в документальной кинолетописи.

Велика роль архивных учреждений страны в деле обеспечения современного общества ретроспективной документной информацией. Совершенствование структуры экономики, организации производства осуществляется на основе имеющегося опыта, отраженного в архивных документах. Углубление творческого подхода к развитию общественных наук, и прежде всего исторической науки, их стремление удовлетворить конкретные нужды практики, дальнейший всесторонний анализ накопленного опыта также способствуют значительному повышению интереса к архивным документам. Все это конкретно воплощается в значительном расширении применения документальных богатств нашего общества. Документы используются для обеспечения прав и законных интересов граждан.

Постоянное информирование государственных и общественных организаций об архивных документах по актуальным проблемам развития страны, вопросам науки и культуры, предоставление документов исследователям в читальных залах архивов, выдача копий документов, организация документальных выставок, публикации в печати, привлечение материалов для подготовки кинофильмов, подготовка сборников документов – вот тот далеко

неполный перечень форм использования архивных документов в деле удовлетворения потребностей общества в ретроспективной документной информации.

*Г.Н. Хитева*

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЛАМИ В НИЖЕГОРОДСКОМ ФИЛИАЛЕ ОАО «ВОЛГАТЕЛЕКОМ»**

Служба управления делами (СУД) является центральным звеном системы делопроизводства Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком». Должностной состав СУД представлен тремя категориями работников:

- руководители – начальник СУД и заведующий архивом;
- специалисты – документовед;
- технические исполнители – делопроизводитель.

Должностные обязанности и ответственность всех сотрудников закреплены в персональных должностных инструкциях.

Документирование деятельности и делопроизводство Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» регламентирует стандарт предприятия по делопроизводству, который содержит требования к организации и процессам создания документов, порядку работы с ними, всем этапам прохождения документов на предприятии, осуществлению контроля за их исполнением, сдаче документов в архив.

Служба управления делами осуществляет работу с входящими, исходящими и внутренними документами: производит прием, первичную обработку и рассылку в подразделения входящей корреспонденции, ее регистрацию, отправку исходящих документов, осуществляет контроль за подготовкой внутренней распорядительной документацией и сроками исполнения документов, оказывает методическую помощь секретарям структурных подразделений и занимается совершенствованием системы делопроизводства в Нижегородском филиале ОАО «ВолгаТелеком».

В Нижегородском филиале ОАО «ВолгаТелеком» делопроизводственные процессы компьютеризированы. Регистрация входящей корреспонденции происходит с помощью программы электронного документооборота, что обеспечивает сбор и хранение необходимых данных о документах. Кроме того, электронные журналы регистрации применяются при ведении контроля исполнения документов, что упрощает процесс отбора документов с истекающими сроками исполнения.

В делопроизводстве Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» присутствуют элементы автоматизации документооборота. Документооборот предприятия реализован на базе электронной почты и локальной сети.

В службу управления делами входит архив. В архив предприятия передаются законченные делопроизводством документы, образовавшиеся в деятельности Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» и структурных подразделений, в т.ч. документы по личному составу, документы постоянного хранения и по личному составу ликвидированных подразделений, справочный аппарат к документам архива.

Таким образом, при организации службы управления делами Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» учтены организационный, юридический и технический аспекты, что в целом позволяет Службе управления делами обеспечивать работу управленческого аппарата предприятия.

С другой стороны, в организации деятельности служба управления делами Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» существует ряд недостатков.

Стандарт по делопроизводству Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» составлен на основе ГСДОУ и ГОСТ Р 6.30-2003. Поскольку Нижегородский филиал ОАО «ВолгаТелеком» проходит сертификацию по стандартам ИСО «Система менеджмента качества», инструкция должна быть доработана с учетом требований стандарта ГОСТ Р ИСО

15489-1-2007. В стандарте необходимо определить ответственность в области управления документами, порядок доступа к документированной информации, порядок разработки табеля и альбома форм документов и требования к работе с печатями и штампами.

В стандарте необходимо более подробно регламентировать порядок подготовки проектов документов, контроля исполнения документов (добавить положения о проверке полноты и качества исполнения документа, перечень документов, подлежащих контролю) и оперативного хранения дел (определить требования к помещениям и средствам хранения документов, порядок проведения проверок наличия и состояния дел и использования дел), а также определить требования к проведению экспертизы ценности электронных документов и баз данных.

Технология контроля исполнения документов, применяемая в службе управления делами Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком», недостаточно эффективна. Контрольная картотека имеет механический и автоматизированный виды. Недостатком существующего порядка контроля за исполнением документов является то, что формирование такой информации приводит к дублированию ввода информации о документе.

В Нижегородском филиале ОАО «ВолгаТелеком» не предусмотрено специального здания для архива, который размещен в цокольном этаже самого предприятия. Порядок работы с документами в архиве Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» не регламентирован, в результате чего нарушается порядок приема дел на хранение в архив, в архиве не соблюдаются санитарно-гигиенический и температурно-влажностный режимы хранения документов, что отрицательно сказывается на их сохранности.

Таким образом, в организации деятельности службы управления делами Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» присутствует ряд недостатков, которые отражаются на всей системе делопроизводства предприятия. Все эти недостатки необходимо устранить, поскольку только правильно организованная система документационного обеспечения управления позволяет получать своевременную и полноценную информацию для принятия верных управленческих решений и исключает возможность утраты документов и информации.

Для повышения эффективности работы службы управления делами Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» необходимо принять следующие меры: в целях оптимизации процессов документирования управленческой деятельности, упорядочения состава и содержания документов, создаваемых по конкретным управленческим функциям и ситуациям в Нижегородском филиале ОАО «ВолгаТелеком» необходимо разработать табель и альбом форм организационно-распорядительных документов. В этих локальных нормативных актах должны быть представлены создаваемые на предприятии документы, сгруппированные по управленческим функциям. В них необходимо включить только те документы, создание которых необходимо, правомерно, периодически повторяется. Табель и альбом форм позволят исключить применение в Нижегородском филиале ОАО «ВолгаТелеком» видов и разновидностей документов, не соответствующих организационно-правовой форме предприятия или направлениям деятельности, необоснованно и несанкционированно заменяющих принятые в государстве типовые унифицированные формы документов.

Таким образом, применение табеля и альбома форм позволит установить границы документной базы Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком». Табель является способом нормативного закрепления как состава применяющихся в аппарате управления Нижегородского филиала ОАО «ВолгаТелеком» документов, так и процедуры их подготовки, поскольку в нем описывается последовательность всех действий с формой документа: кто готовит документ, с кем проводится согласование, кто подписывает документ и т.д. Кроме того, согласно новому стандарту ГОСТ Р ИСО 15489-1-2007, табель и альбом форм являются составляющими комплексной программы управления документами в организации, поскольку представляют собой перечень документов для каждого процесса деловой деятельности, фиксируют требования к их форме, структуре и информации, подлежащей включению в документы, помогают более четко разделить должностные обязанности делопроизводителя и документоведа.

## **ДЕЛОПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ДОКУМЕНТЫ ВОТЧИННИКАХ НИЖЕГОРОДСКОГО СЛУЖИЛОГО «ГОРОДА» НАЧАЛА XVII в.**

Известно, что при общем дефиците источников по истории русского средневековья и раннего нового времени для изучения XVII в. особую роль играют делопроизводственные документы. В частности, они незаменимы при исследовании служилого «города». Так назывались в ту эпоху уездные корпорации провинциальных дворян и детей боярских. Исторические судьбы городского дворянства изучены в отечественной науке весьма фрагментарно. Так, нижегородский служилый «город» до сих пор не удостоился специального исследования. Проведение такой работы невозможно без обращения к вопросу материального обеспечения служилых людей, а именно, землевладения.

Основными источниками для изучения уездных корпораций являются десяти (именные военно-учетные списки, ведшиеся Разрядным приказом), писцовые книги (поземельные описания, которые служили основанием для податного обложения, составлявшиеся Поместным приказом) и столбцы Поместного приказа, содержащие материалы текущего делопроизводства. Первые две разновидности документов появлялись на свет в результате коммуникации между присланными из Москвы агентами и местным населением, дававшим необходимую информацию. Однако последняя в документах трансформировалась под влиянием формализующего воздействия составителей. В столбцах Поместного приказа содержится самая разнообразная документация, в том числе непосредственно запечатлевшая процесс коммуникации. К ней, в частности, относятся «сказки» (т.е. показания нижегородских дворян о службе в 1606–1610 гг., составленные в связи с крупным поземельным конфликтом, затронувшим интересы многих членов корпорации) [1].

Светское феодальное землевладение в России XVII в., как известно, было представлено двумя видами: вотчиной и поместьем. Первый из них был более привилегированным. В Нижегородском уезде доминировало мелкое поместье. Вотчины были тоже, и в течение столетия их число росло, но принадлежали они, как правило, не нижегородцам, а знатным представителям верхушки государева двора. Рост вотчинного землевладения происходил за счет постепенной, но активной раздачи огромного фонда дворцовых и мордовских земель. Писцовая книга Нижегородского уезда письма Д.В. Лодыгина, В.И. Полтева и дьяка Д. Образцова 1621/22–1623/24 гг. зафиксировала всего около трех десятков вотчинников – представителей нижегородской служилой корпорации [2]. Возникает вопрос о происхождении этих вотчин: являлись ли они родовыми или выслуженными и, если верно последнее, когда и за какие заслуги были получены?

В Писцовой книге на этот счет, как правило, встречаем несколько вариантов стандартных указаний: «за службу царя Василия Ивановича за нижегородское осадное сидение», «за службу царя Василия Ивановича за балчиковскую и за нижегородское осадное сидение», «за чебоксарское и за нижегородское осадное сидение». Ясно, что речь идет о правлении царя Василия Шуйского. В литературе неоднократно отмечалась осада Нижнего Новгорода в Смутное время 1606 г., когда под влиянием движения Болотникова началось повстанческое движение в Нижегородском крае и город был блокирован восставшими во главе с мордвинами Московым и Вокардиным и дворянином И.Б. Доможировым. Однако упомянутые сказки свидетельствуют: не за эти события были пожалованы нижегородские служилые люди. Из документов ясно в 1606–1610 гг. нижегородский служилый «город» оказался разделен на три части. В десяти денежной раздачи 1606/07 г. зафиксирована значительная группа нижегородцев, не получивших жалования, поскольку находились «на государеве службе на Терке» [3].

Терки, Терский городок – это крепость в устье Терека, защищавшая торговый путь по Волге, прикрывая Астрахань от возможных нападений со стороны ногайских кочевых орд и крымцев. Речь идет о походе боярина Ф.И. Шереметева на Астрахань и Терки, где в то время орудовали шайки так называемого царевича Петра-Илейки. Пока боярин спускался по Волге, в

Астрахани вспыхнуло восстание против Шуйского, и войско обосновалось на Балдинском острове (Балчик, Бузан) недалеко от города. Не справившись за год (1606–1607 гг.) с Астраханью, Шереметев был отозван в Царицын дожидаться подкрепления. В армию под командованием боярина И.В. Голицына вошла вторая часть нижегородцев. Ко времени их встречи в Казани (конец 1608 г.) ситуация изменилась. Воеводы получили приказ двигаться к Москве, где Шуйский был блокирован сторонниками Лжедмитрия II. Из Казани первая группа нижегородцев была отпущена на помощь своему родному городу, где «в осаде», сохраняя верность царю, оказалась оставшаяся третья часть. Те же нижегородцы, которые пришли с Голицыным зазимовали со всей армией Шереметева в Чебоксарах («чебоксарское осадное сидение») и лишь в мае 1609 г. пришли в Нижний. Из под Москвы все нижегородцы были отпущены домой, где попали в новое «осадное сидение» (конец 1609–1610 гг.), «потому что пришли под Нижней многие низавые воры, стрелцы, и казаки, и татарове, и черемиса». Как и предыдущих случаях, «воры» были разбиты, а нижегородцы взяли приступом Арзамас – главный местный оплот тушинцев.

Таким образом, время и обстоятельства «балчиковской службы», и «чебоксарского сидения» устанавливается легко. Сложнее с нижегородским. Под этим названием проходят события и 1608 г., и весны 1609 г., и конца 1609–1610 гг. Во втором случае ни о какой блокаде города не могло быть и речи, так как к этому времени нижегородцы нанесли ряд серьезных поражений тушинцам, да еще и прибыла армия Шереметева. Становится ясно, что под «осадным сидением» понималась нестабильность окружающей обстановки, а не собственно осада крепости. Интересно, что использование приказными формул «за балчиковскую службу», «за нижегородское осадное сидение» или обеих вместе, на первый взгляд кажущееся случайным, оказалось строго регламентированным. Под первой подразумевалась вся экспедиция Шереметева, без последней нижегородской осады, под второй – любая осада Нижнего, без похода на Астрахань, под третьим – участие как действиях армии Шереметева, так и в обороне своего города 1609–1610 гг.

Важно, что нижегородцев почти не коснулись массовые раздачи земель в вотчины за «московское осадное сидение» при Шуйском (1606 - 1610 гг.) и за «московское осадное сидение в королевичев приход» (поход Владислава 1618 г.), когда вотчинниками стало огромное число служилых людей, а также награждения за иные подвиги.

Таким образом, вотчины представителей нижегородского служилого «города» были выслуженными. Получены они были, в подавляющем большинстве, из своих же поместий (а не дополнительно) при царе Алексее Михайловиче за описанные события. Служба нижегородцев носила, в основном, местный характер, что не позволяло им обзаводиться новыми связями в столице, которые помогали бы сделать карьеру. Мы видим, что и до Смуты служилые люди этой корпорации не выделялись знатностью и богатством и события начала XVII в., изменившие положения многих других «городов», не повлияли принципиально на ситуацию.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ (проект № 09-01-00388а).

#### ***Библиографический список***

1. Антонов, А.В. К начальной истории нижегородского ополчения // Русский дипломатарий. – М., 2000. Вып. 6. С. 212–240.
2. РГАДА. Ф. 1209. Оп. 1. Кн. 292, 293.
3. РГАДА. Ф. 210. Оп. 4. Кн. 9. Л. 49 - 52.



## **ПЕЧОРСКИЙ СЕВЕР ГЛАЗАМИ ЧИНОВНИКА (ПО МАТЕРИАЛАМ АРХИВА РОССИЙСКОГО ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА)**

Низовья Печоры – глухие и недоступные места – с XIX века служили местом политической ссылки. Побывав на Печоре в 1856–57 гг., путешественник С.В. Максимов [1] встречался со ссылкойм грузинским князем Е.О. Палавандовым. Печорский князь был уважаемым человеком среди местного населения, в основном старообрядческого, следил за государственными угодьями. Да и не только. Давал советы, встречал чиновников государственных и был в глазах местного населения представителем великого Российского государства.

В XIX веке край активно заселяется бежавшими старообрядцами, расселяющимися по берегам малых рек Пижмы и Цильмы. Часть осела в Усть-Цильме. С начала XX века Российское государство активно ссылает в край Печорский противников существующего государственного строя, а заодно направляет сюда всё больше и больше чиновников.

Край Печорский знал немало умных и талантливых людей. Среди них – казначей Арсений Фёдорович Нечаев, 1859 г.р. Это был глубоко образованный человек, который увлекался философией, рассуждал о своём предназначении в жизни, и любил писать письма. Его письма были адресованы Андрею Владимировичу Журавскому, исследователю Печорского края, основателю Опытной сельскохозяйственной станции в Усть-Цильме.

Андрея Владимировича Журавского Нечаев называет «великим поборником здешнего края», а местное население – «иногородцами». В письмах подробно сообщает о новостях и комментирует их. Изучая письма Нечаева к Журавскому, перед глазами встаёт картина усть-цилемской жизни начала XX века.

Письмо 1908 года, сентябрь месяц. В Усть-Цильму прибыла новая партия ссылкойм и восемь казаков. Казаки сразу по прибытии на службу начинают действовать своими нагайками. «Говорят вспорото ими уже до 15 человек местных крестьян и людей, все совершенно безобидных, один из них лежит болен уже две недели. Крестьяне очень опечалены и говорят: «Ведь мы не бунтовщики, присланы они для ссылкойм, а не для нас, так зачем же нас-то обидают; значит, уж вечером из дому невозможно выходить, коли хочешь быть целым». Между тем, казаки проникли в овин, где бабы начали молотить свой ячмень, а тут надо ожидать осложнений. Строптивные старообрядцы не будут терпеть над собой власти стражников. Потому-то и бежали в столь отдалённый край. Вот Нечаев и комментирует: «За крестьян поручиться нельзя, иной не стерпит и сам может полоснуть топором или из ружья подстрелит, а тогда беда всем».

Мнение чиновников свелось к тому, что «стражники хотят сделать службу, чтобы Усть-Цильму объявить на военном положении, в целом дольше здесь пробыть и больше жалования получать».

В Усть-Цильме ссылкойм разместили в 400 домах, из коих добрая половина поделена между 2-3 хозяевами. В результате «страшные утеснения как между ссылкойми, так и между населением и притеснения нам агентами правительства». По мнению Нечаева, достаточно было бы иметь наготове 10-15 человек вооружённых стражников. А две трети ссылкойм перевести в другие населённые пункты, где бы они имели квартиры лучше здешних. С ними же перевести часть стражников. Но «этого то и не хочет У., боясь остаться с малою стражею, а мы тут жили без всякой стражи и никаких страхов не знали». «Глядя на это невольно думаешь, что люди забавляются от нечего делать, просто какая-то игра в солдатики. По какому поводу это везде тут стражники и где тут какие были бунты или беспорядки?»

В связи с этим правительство, выбрасывая в малонаселённые окраины массу ссылкойм, должно предвидеть вздорожание жизни. При этом «нас, чиновников, оставляет при прежнем содержании. Теперь за эти последние три года стоимость содержания прямо удвоилась» [2]. И подробно приводит цены на все продукты, жильё и услуги, сравнивая с прежними годами.

Любопытно и письмо без датировки, где А.Ф. Нечаев рассказывает о махинациях двух архангельских чиновников, которые «задумали устроить сообщение тут моторною лодкою и подыскали для сего какого-то заведомого жулика за пятерную плату против платы за карбас», который осуществлял перевоз через Печору. В условиях контракта было оговорено, что если лодку не завести, то можно будет содержать и баркас. Так они получали доход и за моторную лодку, и за баркас. Также подряды отдаются одному и тому же холмогорскому мещанину, при этом «за высшие суммы, против других» [2].

Также удивительная история с постройкою дороги «между озером Имандрою и гор. Колою. На дорогу эту истрачено 40 тыс. руб., но губернатор там не нашёл никаких признаков постройки. И вот, чтобы замять дело скандальное, возбудил ходатайство пред Военным Министерством о проложении военного «Шоссе», которое и заменит (прикроет) несуществующую дорогу». Этот же чиновник, по словам одного «очень осторожного субъекта», постоянно придирается к «тем торговцам и капиталистам, которые не дают в долг ему или требуют взятое. Например, купец Костогоров отказал Ушакову пожертвовать на японскую войну и в результате был предан суду за неправильные показания сведений о своих оборотах, тогда как это делается вообще всеми торговцами и это никто никогда не преследует, ибо и преследовать везде невозможно. Ныне опять придирается к капиталисту Алексею Ананьину, который два раза не принял Ушакова, а в третий раз принял, но одолжить денег оказался» [2].

«Вот что потихоньку всплывать начинает.... Дела Палаты так запутаны, что ни кто не может себе представить, кто и как её распутает. Прямо творятся ужасные вещи, которым, видимо, и конца не будет».

Писем сохранилось много. Они все очень любопытны. Здесь можно прочесть и об урожае, и о ценах на жильё, о судебных разбирательствах и о пароходстве, а так же о начале Великой войны и мобилизации. Много хлопотал Арсений Фёдорович о получении заслуг и пенсии, надо было растить тринадцать детей. В своих просьбах неизменно обращался к своему куму Андрею Владимировичу. И рассуждал о своём предназначении, семейных проблемах, а главное – о проблемах чиновников как о больших, так и о «нашем брате мелкоте».

#### ***Библиографический список***

1. Максимов, С.В. Год на севере / С.В. Максимов. – М.: Художественная литература, 1987.
2. Архив Географического Общества. Ф. 36., Оп. 2., Д. 145. НВ 29/45.

## Секция 8

---

# ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ И ТРАНСЛЯЦИИ ЗНАНИЙ В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИИ И КРАЕВЕДЕНИЯ

---

*Председатель:* А.А. Зубков, доктор исторических наук, профессор, зав. кафедрой «История и документоведение»

*Заместители председателя:* П.В. Чеченков, кандидат исторических наук, доцент кафедры «История и документоведение»; Э.А.Тихонова, ст. преподаватель кафедры «История и документоведение»

*Ответственный секретарь:* Д.Г. Максимова, аспирант кафедры «История и документоведение»

*А.Я. Александрова*

### ВОЗНИКНОВЕНИЕ ИНЖЕНЕРНОГО ДЕЛА В РОССИИ

Слово «инженер» в русских источниках впервые встречается в середине XVII в. в «Актах Московского государства». Специалисты считают, что оно пришло к нам из Польши, а поляки, в свою очередь, заимствовали его из немецкого и французского языков. Французское же слово «*ingénieur*» происходит от латинского «*ingenium*», означающее «изобретательность, остроумная выдумка», «ум», «талант», «способность», «гений», «знание» [1]. В античном мире слово «*ingenium*» стало использоваться для обозначения особого рода занятий, по-видимому, не ранее III в. до н.э. Первоначально так назывались лица, управляющие военными машинами, а также изобретатели этих машин.

Современное понятие «инженер» определяется несколько по-иному: как «специалист в какой-либо области техники с высшим техническим образованием» [2].

Таким образом, несмотря на различия приведенных определений, в них можно выделить единую основу. Неизменная основа различных понятий слова «инженер» связана, во-первых, с техникой, во-вторых, с получением определенного образования.

Истоки русского инженерного искусства уходят в глубь веков. Еще древние славяне хорошо владели осадным искусством: в VI в. славянское войско в войне с Византией использовало осадные машины (железные тараны, катапульты для метания камней, черепахи). При обороне Доростола в 971 г. ими успешно использовались укрепления, возведенные в короткие сроки. Еще задолго до приезда на Русь первых иностранных инженеров-строителей ряд древних городов (Киев, Чернигов, Новгород и др.) имели прекрасные укрепления и внутренние городские постройки. Неизвестно, были ли до времени княжения Ярослава Мудрого строители особой группой, получавшей плату за свою работу, или инженерные сооружения возводились местными жителями и войском. Но уже в XI в. занятие строительством получает статус профессии. Строителей оборонительных сооружений именуют «городники», «мостники», «мастера порочные». Обязанность первых заключалась в строении городских стен, «мостники» выполняли работу, состоявшую в наведении различного рода переправ. «Порочными

мастерами» назывались специалисты по постройке и эксплуатации осадных машин. Они находились всегда при войске, чинили старые и делали новые военные машины.

В летописях XII в. упоминаются имена русских строителей, мастеров-оружейников, литейщиков. Так, в Киеве работал знаменитый строитель Петр Милонег, удивлявший современников своим искусством. Он построил на берегу Днепра такую замечательную стену, что современники о ней говорили как о великом чуде. Упоминается имя воеводы Бориса Жидиславича, управлявшего стенобитными орудиями. Известны имена новгородского посадника Павла и розмысла Алексы, укрепивших Новгород и близлежащие города. В источниках XIV в. встречаются имена Василия Кузьмина, Бориса и Селога и других, строивших храмы, мосты и городские стены на территории Древнерусского государства [3].

Влияние иностранных специалистов на военно-инженерное дело на Руси до XV столетия было ничтожным. Но со второй половины XV в. московский князь, впоследствии «царь всея Руси», Иван III начал выписывать из-за границы искусных строителей. Так, в 1473 г. в Италию был послан Семен Толбузин для «приискания» там знающего зодчего. Он привез с собой знаменитого инженера коммуны г. Болонья архитектора Рудольфо (Ридольфо) Фиораванти (Fioravanti), которого на Руси стали называть Аристотель. Он возвел главный храм Московского Кремля – Успенский собор. В 1477 г. построил наплавной мост через Волхов в Новгороде. Руководил артиллерией во время похода Ивана III на Казань в 1482 г. Имел отношение к чеканке монеты на Руси. Являлся начальником артиллерии во время военного похода на Тверь. Несмотря на неоднократные ходатайства коммуны Болоньи о возвращении городского архитектора, на родину русичи его непустили [4].

В 1482 г. в Венгрию был послан дьяк Федор Курицын с целью доставки в Россию художников, умеющих лить пушки и стрелять из них, и розмыслов (инженеров).

В конце XV – начале XVI вв. целая группа итальянских архитекторов, стенных и пушечных мастеров строили московский Кремль, укрепляли столицу и другие города (на Руси их звали фрягами).

В XVI в. русское военно-инженерное искусство в некоторых направлениях обогнало западноевропейское. Так, в 1552 г. при третьем походе на Казань русские показали высокое мастерство инженерной атаки. Здесь зарождался метод параллели, т.е. сближение средств осады с объектами атаки путем проведения траншейных работ и последовательного переноса огневых позиций артиллерии. Руководил осадой Казани талантливый русский розмысл Иван Выродков.

Термин «розмысл» появляется впервые в летописях времен царствования Ивана IV. Некоторые исследователи считают, что изначально таково было прозвище иноземцев, принимавших активное участие в осадных и подземных работах при осаде Казани в 1552 г. Ф.Ласковский в своей книге пишет: «Розмысл был по происхождению немец, что обозначали и летописи, назвав его «Немчин Розмысл» [5].

В официальных документах XVI в., наряду со словом «розмысл», часто встречаются названия «горододельцы», «городовые смышленники», «муроли». Только очень немногие иностранные специалисты сохранили в России звание «инженер» (во-видимому, это были немцы), и именно благодаря им оно распространилось у нас.

В период царствования Ивана Грозного военные строители начинают подразделяться на разряды: к высшему разряду принадлежали военные архитекторы-систематики, занимающиеся преимущественно усовершенствованием оборонительной части; ко второму – собственно строители, руководившие сооружением укреплений; к низшему разряду – все остальные строители, каменные, стенные, палатные мастера и муроли.

Коренные преобразования в инженерном деле произошли в связи с созданием единого Русского государства. Все военное строительство и изготовление военной техники поступило в ведение Пушкарского приказа, созданного в царствование Ивана IV. Круг действий приказа по инженерной части состоял в объявлении указов о постройке новых и исправлении старых оборонительных сооружений, составлении инструкций воеводам, руководившим военным строительством, а также осадой или обороной крепостей, определении смет для сооружения укреплений; проверке отчетов [6].

В результате деятельности Пушкарского приказа в практику строительства стратегических объектов, говоря современным языком, активно внедрялись установленные стандарты на основе инструкций и чертежей, составляемых в приказе. Начали распространяться так называемые строельные книги, заключавшие в себе подробное описание оборонительных оград. При Пушкарском приказе числились инженеры или иноземные строители, которые выступали чаще всего экспертами или консультантами, городовые мастера (русские строители, находящиеся постоянно в крупных городах), мастера и подмастерья – низшие разряды строителей, чертежники.

Несмотря на значение, которое придавалось инженерному делу, Пушкарский приказ был единственной организацией, регулировавшей исполнение инженерных функций. Идея создания специального образования для подготовки отечественных инженеров еще не являлась в ту пору распространенной и не рассматривалась всерьез.

#### ***Библиографический список***

1. Дворецкий, И.Х. Латинско-русский словарь / И.Х. Дворецкий. - М.: Просвещение, 1978. – 525 с.
2. Словарь иностранных слов. – 11-е изд. – М.: Русский язык, 2006. – 198 с.
3. Савельев, А.А. Материалы к истории инженерного искусства в России / А.А. Савельев. – М.: Знание, 1998. – 64 с.
4. Комарова, И.И. Архитекторы / А.А. Комарова. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2000. – 455 с.
5. Ласковский, Ф.Ф. Материалы для истории инженерного искусства в России / Ф.Ф. Ласковский. – СПб., 1858.
6. Там же. С. 263.

***П.В. Чеченков***

#### **УСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СУДЕБНЫХ ПРОЦЕССАХ ПЕРИОДА СТАНОВЛЕНИЯ ЕДИНОГО РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВА**

Судебная процедура в России в средние века и раннее новое время отличалась рядом своеобразных черт. Самой распространенной причиной конфликтов, разбиравшихся судьями, были поземельные столкновения, возникавшие между владельцами или пользователями из-за спорности обладания тем или иным участком.

Представители сторон являлись к судьям, «ищущая» заявлял свои претензии, «ответчик» (или «ответчики») выдвигал свою версию происхождения. Судьи требовали от сторон предъявить доказательства правоты. После этого, как правило, следовало предложение «крестного целования» и «поля». За этими фразами скрывались очень архаичные судебные процедуры.

В первом случае – испытание клятвой, скрепляемой целованием распятия. Предполагалось, что участник разбирательства, сознательно вводящий окружающих в заблуждение, не станет рисковать бессмертием души ради сиюминутной наживы и убоится гиены огненной, которая, по мнению современников, бесспорно, грозила клятвопреступнику. Во втором случае речь шла о судебном поединке. Он подразумевал кулачный бой, по сути, драку, исход которой зависел от божьей воли. Последняя же, как полагали, должна была находиться на стороне правого, а не виноватого.

Судя по всему, в реальности к XV–XVI вв. судебный поединок уже не использовался. Его упоминание носило в значительной степени характер ритуала. Участникам тяжбы на этом этапе достаточно было продемонстрировать свою решимость, заявив, что они «крест целуют и на поле битися лезут». Вырождение древнего обычая демонстрирует следующий факт. Если хотелось ликвидировать даже призрачную вероятность риска, то можно было выставить вместо себя «наймита». В древности это было исключением, которое распространялось на больных, немощных, лиц духовного звания, т.е. людей которые не могли участвовать в поединке. Со временем данное положение распространилось на всех, что в значительной степени лишало смысла всю процедуру «божьего суда» на «поле».

В тоже время недооценивать значение указанных элементов судебного разбирательства нельзя. Об этом говорит случай, произошедший в 1511 г. с помещиком И.И. Машковым. Он обвинил власти Нижегородского Печерского монастыря в захвате части земли его деревни Болково, находившейся «в межах» с монастырским селом Наговицыным. Дело было проиграно истцом только потому, что свидетели с его стороны заявили об отказе от участия в поединке: «мы, господине, с ними на поле битися не лезем, а постави, господине, против нас детеи боярских, и мы, господине, против детеи боярских на поле битися лезем» [1]. Причиной демарша было социальное положение участников процесса. Свидетели Машкова были детьми боярскими, а монастыря – крестьянами. Судьи не стали потакать сословной спеси местных дворян и вынесли отрицательный для помещика приговор.

Процедура целования креста действительно применялась и много значила для сознания средневекового человека. Так, в 1562 г. представитель Троице-Сергиева монастыря обвинил посадских Балахны в том, что они покосили сено на монастырских лугах, которые располагались в Стрелицкой волости Нижегородского уезда, а также побили и ограбили монастырских крестьян. Истец выдвинул требование о компенсации за нанесенный ущерб. В ходе судебного процесса была доказана безосновательность притязаний балахонцев на часть монастырских земель, но относительно нападения свидетельств ни «за», ни «против» не нашлось. Тогда суд приговорил «поле» или «крестное целование». Обе стороны просили второй вариант. Был назначен день для проведения процедуры, но, явившись в условленное время, они заявили о полном примирении и отсутствии притензий. Таким образом, мы видим, что клятва на кресте не была пустой формальностью и относились к ней очень серьезно, предпочитая не доводить дело «до греха» [2].

Однако на начальной стадии, как правило, сложностей с ответом на вопрос о поединке и клятве не возникало. Стороны с готовностью выражали свое согласие «биться» и «целовать». Они знали, что далее судья все равно перейдет к изучению свидетельских показаний и документов. Этот этап мог длиться долго, так как часто не все документы были на руках и не все свидетели в наличии. Тогда разбирательство откладывалось. Свидетели, кроме устных уверений, водили всех участников процесса по «меже», т.е. границе спорных земель. При этом свидетели с разных сторон обычно водили по-разному. На этом этапе могли быть затронуты интересы соседних землевладельцев, тогда они тоже втягивались в разбирательство, отстаивая свои права, или, наоборот, предъявляя дополнительные претензии к кому-то из участников.

Судебное разбирательство оформлялось специальной документацией, к которой относятся докладные судные списки и правые грамоты. Первые из них представляли собой протокол судебного разбирательства, передававшийся низшим судьей на доклад высшей инстанции (боярскому или княжескому суду), с вызовом сторон. Решение высшего суда подписывалось на обороте судного списка. На основании этого решения судья, ведший первоначально дело и составивший судный список, оформлял и выдавал стороне, признанной правой, новый документ – правую грамоту. От судного списка она отличалась тем, что в ней решение с подробным обоснованием и указанием имени судьи его вынесшим, выписывалось на лицевой стороне.

Именно судебные документы донесли до нас живые голоса людей средневековья. Как уже отмечалось, судей интересовали более веские аргументы, чем крестное целование. К ним относились показания свидетелей и «крепости». Под «крепостями» понимались любые документы, которые фиксировали определенный земельный надел за тем или иным владельцем. С точки зрения современного человека, документы, безусловно, должны быть поставлены на первое место по степени их точности, беспристрастности, а значит, – весомости для суда. Однако судьи часто даже в своих обращениях к сторонам ставили устные показания на первое место.

Одним из важнейших элементов всего разбирательства являлись свидетельства «старожильцев» – давних местных жителей, знавших окрестных владельцев, помнивших межи и в целом владевших ситуацией. Основными их качествами для суда были давность проживания на данной территории, хорошая память, добропорядочная репутация. Вообще древность,

старина и традиция имели огромное значение для средневековья. Поэтому совершенно неслучайны судебные казусы, когда сторона, имевшая «крепости» на землю, проигрывала дело только потому, что соперники давно использовали участок и об этом окружающим было хорошо известно. Судьи ставили в вину проигравшим то, что они без причины ранее «челом не бивали государю» о своих проблемах.

Таким образом, вошедшее в традицию становится законным. Поэтому каждая сторона на суде стремилась заручиться своими «старожильцами» и выдвигала их в качестве свидетелей. Менее продолжительный срок проживания одних «старожильцев» мог вызвать протест противоположной стороны. Охотно использовалась возможность опорочить «старожильцев», указать на их неподобающий моральный облик, а следовательно, подорвать веру к их словам. Также в суде участвовали наблюдатели из местных жителей – «судные мужи», «люди добрые». Их задачей было не только удостоверить правильность составления протокола, но и в дальнейшем при случае в устной форме подтвердить законность принятых решений.

Отношение к письменному документу и устному слову очень ярко выразил старец Нкольского Дудина монастыря Тихон. В ходе разбора в 1552 г. конфликта монастыря с детьми боярскими Арбузовыми, вспыхнувшего из-за земли в Стрелицкой волости Нижегородского уезда, помещики представили документы, но не смогли выставить «старожильцев». Тогда Тихон саркастически заметил, обращаясь к судьям: «грамота, господине, без людей сама по себе не ходит» [4].

В чем же причина такого откровенного предпочтения живых устных свидетельств? Во-первых, сохранность частноправовых актов была невысокой.

Вторая причина большого доверия сведениям местных жителей заключается в отсутствии методов точной фиксации границ в документах.

Таким образом, определяющая роль устной коммуникации в судебных процессах русского средневековья не вызывает сомнений.

#### ***Библиографический список***

1. Чеченков, П.В. Список 1594 г. правой грамоты 1511 г. из архива Нижегородского Печерского монастыря / П.В. Чеченков, А.А. Кузнецов // Мининские чтения: труды научной конференции. Н. Новгород, 2007. С. 355–376.
2. Акты, относящиеся до гражданской расправы древней России / Собр. и изд. А. Федотов-Чеховский. Т. I. Киев, 1860. № 75. С. 207–217.
3. Антонов, А.В. Правая грамота 1555 года из архива Нижегородского Дудина монастыря // Русский дипломатарий. – М., 2000. Вып. 6. С. 155–167.
4. Лихачев, Н.П. Сборник актов собранных в архивах и библиотеках. – СПб., 1895. Вып. 1–2. № XII. С. 220–236.

***А.Л. Осипян***

#### ***IMITATIO ANTIQUORUM, ИЛИ АЛЛЮЗИИ КАК СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ АВТОРА С ЧИТАТЕЛЕМ: «ТОПОГРАФИЯ ГОРОДА ЛЬВОВА» ИОАННА АЛЕМБЕКА 1603-1605 гг.***

Одним из видов коммуникации является коммуникация автора с читателем. Это не прямая форма коммуникации, поскольку она предполагает довольно широкую интерпретацию текста читателем и, в большинстве случаев, невозможность получения им уточнений от автора. Всякое произведение адресовано определенному читателю (читательской аудитории). Поэтому автор использует определенный набор приемов для установления адекватной коммуникации с читателем, то есть извлечение последним из массы возможных смыслов именно тех, которые были заложены автором. В значительной мере основой для эффективной коммуникации является некий общий массив текстов, известных как автору, так и его читателям.

Немецкий теолог Георг Браун (1541–1622 гг.) и гравер Франц Хогенберг (1535/8–1590) в 1572–1617 гг. издали в Кельне шеститомный атлас «Города земного круга» (*Civitates Orbis Terrarum*). При жизни Брауна атлас выдержал 29 переизданий на латинском, немецком и французском языках. В различных изданиях атлас включал от 546 до 554 гравюр с изображениями городов мира. В шестом томе атласа (Кельн, 1617 г.) [1] было помещено детальное описание города Львова – сокращенная версия, написанная львовским фармакологом и гуманистом Иоанном Алембеком (Alembek), также известным как Альнпех (Alnpech), или Альнпекиус (Alnpekus). Полная оригинальная версия под названием «Топография города Львова» (*Topographia civitatis Leopolitanae*) была написана им между 1603 и 1605 годами [2].

Выпускник Падуанского университета [3], Алембек получил образование в рамках *studia humanitatis*, одной из главнейших черт которой было *imitatio antiquorum* (подражание древним). Известно, что Алембек поддерживал связь со знаменитым голландским гуманистом Янусом Иеронимом Доуза (1545–1604 гг.) и антикварием и профессором Лувенского университета Юстусом Липсиусом [4]. Содержание библиотеки Алембека, насчитывавшей около 230 позиций, свидетельствует о его интересе к античности. Почти половину библиотеки Алембека (44,26%) составляли книги в области *humanitas*: истории, географии, лингвистике, философии, религии и художественных произведений [5] (книги на латинском языке составляли 60,6%) [6].

Главной целью *Topographia* Алембека, подготовленной для *Civitates orbis terrarum* Брауна, было прославить родной город в глазах образованной европейской читательской аудитории этого атласа. Какие же *общие места* (*loci communes*), как правило, использовались в ренессансных описаниях города? Прежде всего основание города славными предками, из коих наиболее престижными считались римляне и троянские беженцы [7]. Славное прошлое, город как крепости, как оплота истинной веры, как средоточия искусств и наук, его экономическое процветание, добрые нравы горожан. Вместе эти общие места составляли нарративный каркас в описании города. Здесь имелись определенные проблемы, поскольку Львов не был столицей, не имел университета, древнего происхождения и древностей. В этих условиях Алембек применял утонченные нарративные стратегии, чтобы вызвать у читателя аллюзии с городом-образцом той эпохи – вечным Римом.

Почему Алембек дал своей рукописи название «Топография города Львова» (*Topographia civitatis Leopolitanae*)? Во-первых, термин *topographia* (τοπογραφία), использовавшийся такими древними географами, как Страбон и Птолемей, более подходил для описания статичного архитектурного и географического объекта, каковым и является город. Задачей антиквария было собрать вместе широкую топографическую картину, используя как визуальные, так и письменные источники. Во-вторых, можно предположить, что Алембек использовал, намеренно или неосознанно, в качестве образца трактат «Топография древнего Рима» (*Topographia antiquae Romae*) [8] итальянского антиквария Джованни Бартоломео Марлиани, также выпускника Падуанского университета [9]. Впервые опубликованный в 1534 г. этот трактат был издан восемь раз до конца XVI века [10].

Так, уже первом предложении «Топографии» Алембек описывает возведение князем Львом Даниловичем (1264–1301 гг.) двух замков – высокого и низкого – во Львове. Алембек не просто упоминает, что оба замка были сооружены из дерева, но и подчеркивает, что это было сделано «как обычно строят в северных странах» (“*quales et nunc in Septentrione fabricantur*”) [11].

Таким образом, Алембек демонстрирует, что воображаемый центр – норма – расположен на юге, то есть в Средиземноморье, на землях бывшей Римской империи, которые традиционно противопоставлялись гуманистами покрытому лесами северу.

Вот как Алембек использовал весьма популярный в XVI веке трактат одного из первых польских гуманистов, ректора Краковской академии Мацея Меховского «О двух Сарматиях – Азиатской и Европейской – и о находящемся в них» (*De duabus Sarmatiis Asiana et Europiana et de contentis in eis*. Cracovia, 1517). В кратком описании Львовского повета у Меховского есть такая фраза: «Во Львовском повете есть достойные упоминания большие щуки, легко делящиеся на куски полосами» [12]. Чтобы вызвать аллюзию с Римом Алембек перерабатывает эту фразу в



антикварном стиле и пишет: “Солят тут также осенью достойных похвалы щук, коих можешь сравнить с теми, которых ловили некогда в Тибре между двумя мостами и очень ценили древние римляне” [13].

Таким образом, Алембек не просто сравнивает львовских щук с римскими, но подчеркивает общие практики повседневной жизни современных жителей Львова и древних римлян, упоминая с антикварной скрупулезностью самое место – между двумя мостами, где вылавливали щук. Также возможно, что упоминая подобные детали, Алембек намекал эрудированным читателям атласа Брауна, что он посещал Рим и лично созерцал его древности<sup>2</sup>.

#### **Библиографический список**

1. Braun, G. Civitates orbis terrarum. Vol.6: Urbium praeciparum totius mundi. Coloniae Agrippinae, 1617. No. 49
2. Alnpekus, I. Topographia civitatis Leopolitanae // Rachwał S. Jan Alnpek i jego “Opis miasta Lwowa” z początku XVII w. Lwów, 1930. P.10-25.
3. Windakiewicz, S. Padwa. Studium z dziejów cywilizacji polskiej. Kraków, 1891. S. 62, 82.
4. Rachwał, S. Jan Alnpek i jego “Opis miasta Lwowa” z początku XVII w. Lwów, 1930. S. 2–3.
5. Skoczek, J. Lwowskie inwentarze biblioteczne w epoce renesansu. Lwów, 1939. S. 335, 338, 340, 345.
6. Różycki, E. Alembekowie i ich księgozbiory. Z dziejów kultury umysłowej mieszczaństwa lwowskiego okresu renesansu i baroku. Katowice, 2001. S.158. Tabela 2.
7. Hoppenbrouwers, P. Such Stuff as Peoples are Made on: Ethnogenesis and the Construction of Nationhood in Medieval Europe// The Medieval History Journal. 2006. Vol. 9. No. 2. P. 208.
8. Topographia antiquae Romae Ioanne Bartholemaeo Marliano patritio Mediolanensi autore. Lugduni, 1534.
9. Jacks, P. The Antiquarian and the Myth of Antiquity. The Origins of Rome in Renaissance Thought. Cambridge, 1993. P. 207.
10. Connor, J. Bibliography on the Recovery of the Antique. Columbia University, 2000 [<http://www.columbia.edu/%7Ejc65/antique/ANTIQUE.BIB.html>] (посещено 5.08.2006).
11. Alnpekus, I. Op. cit. P.10.
12. “Suntque in districtu Leopoliensi lucei magni et laudabiles et in petias, tanquam in lamina, divisibiles”. Меховский М. Трактат о двух Сарматиях Азиатской и Европейской и о находящемся в них. М., Л., 1936. С.173–174.
13. “Hinc etiam salientur tempore Authumnali lupi laudabiles, quibus vix illos Tiberinos, olim inter duo pontes captos, et magni apud Romanos antiquos aestimatos, comparare audeas”. Alnpekus I. Op.cit. P.22.

**Н.В. Старикова**

#### **ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ КАК СРЕДСТВО ТРАНСЛЯЦИИ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ИСТОРИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ XVIII в.**

В настоящее время не вызывает сомнений роль периодики в деле распространения информации и популяризации идей. Данная функция, являясь неотъемлемой частью периодической печати, была незаменимой в деле популяризации исторических знаний в российском обществе XVIII века. Глубина и уровень распространения исторических знаний определяются не только монументальными научно-исследовательскими сочинениями. Анализ публикаций периодической печати позволяет проследить широту распространения, уровень развития исторических знаний и их востребованность в обществе.

Материалы по исторической тематике в периодике являются важным показателем развития исторической рефлексии. В них органично сочетались такие составляющие, как историческая проблематика, методика написания исторических сочинений, развитие

<sup>2</sup> Алембек мог воспользоваться возможностью посетить Рим во время своей учебы в Падуанском университете в 1591 г.

источниковедческой базы.

Периодические издания данного периода по месту издания можно разделить на академические, частные, провинциальные. Частные журналы различались по содержанию: сатирические, литературно-философские, научно-популярные, детские, женские. Провинциальные издания носили научно-популярный характер. Интересно, что исторические материалы и публикации на историческую тематику встречались не только в академических, но и в частных, и провинциальных изданиях.

Особую группу изданий представляли собой месяцесловы, существовавшие на протяжении всего XVIII в. Издавала их Академия наук. Было много разновидностей этого издания: «Месяцеслов на лето...» (1728–1769 гг.), «Месяцеслов исторический» (1769–1776 гг.), «Месяцеслов исторический, географический и генеалогический» (1777–1797 гг.), «Месяцеслов с наставлениями» и т.д. В них кроме календаря и росписи памятных дат печатались статьи, которые, видимо, были способны вызвать интерес читателей. Значительную часть представляли материалы по истории. Иногда это были перепечатки статей, содержащихся в других изданиях за прошлые годы. Параллельно издавались календари по другим отраслям знаний. Популярность этого издания привела к тому, что академик Н.Я. Озерецковский предпринял переиздание отдельных номеров месяцесловов на разные годы. Всего вышло 10 томов с 1785–1793 гг. [1].

В 16 изданиях (за 1728–1794 годы: «Краткое описание комментариев Академии наук» - 1728 г., «Примечания к ведомостям» за 1728, 1729, 1731, 1733, 1738, 1739 и 1742 гг., «Ежемесячные сочинения» за 1755, 1756, 1757, 1759, 1762 и 1763 гг., «Свободные часы» за 1763 г., «Парнасский щепетильник» за 1770 г., «Пустомеля» за 1770 г., «Старина и новизна» за 1772 и 1773 гг., «Собрание новостей» за 1776 г. «Санкт-Петербургские ученые ведомости» за 1777 г. (20 номеров), Санкт-«Петербургский вестник» за 1778–1781 гг., «Академические известия» за 1780 г., «Примечания к московским ведомостям» за 1784 г., «Растущий виноград» за 1785 г., «Уединенный пошехонец» за 1786 г., «Новые ежемесячные сочинения» за 1788–1794 гг. Также «Месяцесловы» за 1729–1736 гг., 1739, 1741, 1744, 1746, 1770, 1776, 1778–1783 гг., «Древняя российская вивлиофика» (1773–1775 гг.) и «Повествователь древностей российских» (1776 г.) было напечатано 175 статей на историческую тематику. Из них 46 по истории России, 67 по всеобщей истории, 12 по краеведческой тематике, 6 историко-географических статей, 21 этнографических, 14 историко-культурных и научно-популярных, 9 литературных сочинений на историческую тематику. Более всего историческими статьями насыщены академические издания. Это объясняется задачами ученых изданий, определяющих круг читателей: популяризация науки, в том числе и исторической. Однако и в частных журналах, ориентированных не только на научные круги, но на любознательного читателя встречались также интересные статьи на историческую тему, что, несомненно, свидетельствует об общественном интересе к новой развивающейся науке. Изучение материалов по истории России, опубликованных в журналах, показало наиболее интересные и популярные в то время сюжеты, динамику их развития.

Отдельно необходимо выделить критическую библиографию, или описание вновь изданных трудов (этой теме посвящались разделы и даже целые журналы). Основная масса из них относилась к концу 70-х гг. и была опубликована в «Санкт-Петербургских ученых ведомостях» и в «Санкт-Петербургских ведомостях». Появление такого рода описаний очень важно для исторической науки, так как в них зачастую редактор дает оценку сочинителю, выражает пожелания к дальнейшей работе. Иногда появляются острые критические замечания редактора, и завязывается спор между журналом и автором книги.

Таким образом, научная полемика становится известной не только узкому кругу ученых, непосредственно заинтересованных в данном вопросе, но и широкому кругу читателей.

В июльском номере «Санкт-Петербургских ведомостей» за 1778 г. было помещено известие о вышедшей в 1777 г. книге И. Богдановича «Историческое изображение России». Издатель опубликовал предисловие автора, в котором излагались цели, задачи и основные направления своего исследования. Богданович поясняет, что в основу его сочинения легли

труды как российских, так и зарубежных писателей [2]. Автор объясняет поставленные перед ним задачи:

- 1) освещение российской истории, исходя не из хронологического принципа, а учитывая важность и значимость событий;
- 2) вскрытие причинно-следственной связи важнейших событий;
- 3) характеристика русских правителей, их важнейших дел;
- 4) освещение внешнеполитической деятельности царей;
- 5) характеристика важнейших законов русского государства, а также эволюции государственной системы;
- 6) описание нравов и обычаев россиян;
- 7) воспитательная задача – показать «добрые примеры» и «полезные и нужные правила» [2].

Публикация источников по российской истории XV-XVII вв. считалась делом не только важным, но и необходимым для развития науки, поэтому журналы извещали своих читателей о выходе в свет новых исторических изданий. В третьем номере за 1777 г. «Санкт-Петербургских ученых ведомостей» содержалась заметка о новом историческом и географическом месяцеслове [4]. В четвертом номере читатели извещаются о новом периодическом историческом журнале «Древняя Российская вивлиофика» [3].

Периодическая печать была важным средством актуализации проблем отечественной истории. В журналах публиковался источниковый материал, что делало его доступным широкому кругу читателей. Через них распространялась информация о новых исторических изданиях. Характеризуя публиковавшиеся работы, редактор освещал круг острых дискуссионных, требующих решения проблем, определял параметры, которым должно соответствовать историческое исследование.

#### *Библиографический список*

1. Емельянов, Ю.Н. Историческая проблематика периодических изданий Академии наук (1725-1917) // История и историки. Историографический ежегодник. 1975.
2. Известие о книге И. Богдановича Историческое изображение России // Санкт-Петербургские ведомости. - 1778. - Июль.
3. Известие о книге И. Богдановича Историческое изображение России // Санкт-Петербургские ведомости. - 1778. - Июль.
4. Известия о новых книгах // Санкт-Петербургские ученые ведомости. - 1777. - № 3.

*Э.А. Тихонова*

### **ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИОГРАФИЯ О РАЗВИТИИ МЕЛКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ КОНЦА XIX – НАЧАЛА XX вв.**

Мелкая промышленность в России появилась и начала развиваться вместе с появлением и формированием внутреннего рынка, став его неотъемлемой частью. Долгое время исследователям сложно было определиться с самим предметом исследования. Основной причиной, затруднявшей понимание существа мелкой промышленности, было крайнее многообразие промысловых занятий трудового населения страны. К исходу третьей четверти XIX в. трудами земских учреждений и правительственных комиссий скопился определенный фактический материал, открывший перед глазами специалистов, интересовавшихся мелкой промышленностью, все ее многообразие [1].

Изучение периодической печати либо исследование материалов, опубликованных в газетах и журналах по определенной теме, воспринимается как оперативная информация. Первоначальные итоги изучения промыслов привели авторов к неоднозначным выводам. Некоторые из них признавали мелкую промышленность только домашнюю систему крупного производства [2], другие готовы были отнести к кустарям даже ремесленников, если последние имели связь с землей. Большинство авторов пореформенного времени сошлись на том, что

одним из главных признаков кустарной промышленности являлась ее связь с землей. Мелкой, или кустарной, промышленностью многие из них признавали стихийно возникшую форму производства.

Много и плодотворно кустарную промышленность в России изучали земские статистические службы. 30 ноября 1857 г. МВД издало циркуляр, предусматривающий ежегодный сбор губернскими статистическими комитетами сведений о количестве промышленных предприятий, числе занятых на них рабочих, характере и объеме выпускаемой продукции. Собранные данные публиковались в изданиях Центрального статистического комитета [3]. Но эти статистические материалы обладали всеми недостатками, присущими ведомственному учету, главный из которых – отсутствие четкого определения единицы статистического учета.

Иногда они были достаточно емки и точны, и тогда под кустарным производством понималась «массовая выработка товарных изделий мелкими производителями – крестьянами или горожанами деревенского типа, работающими на рынок, т.е. на посредника или неизвестного потребителя, или одиночно, или общим трудом семьи» [4]. Иногда из разряда кустарей исключались все промыслы, не связанные с оседлым образом жизни, что, в целом, было правильно. Однако справедливые выводы обосновывались ошибочной аргументацией – главной причиной не считать их кустарными было то, что, отрываясь от обычного места жительства, крестьянин порывал связь с земледелием, которую большинство земцев продолжало считать обязательной [5].

В самом конце XIX в России – с переходом к методу переписей при сборе статистической информации – окончательно сложилась система статистики промышленного производства. Это было время, когда крестьянское хозяйство начинало выходить из застоя и адаптироваться к экономическим отношениям пореформенного периода. Исследовательская мысль лишь начинала подходить к такому пониманию роли и места крестьянина в современном производстве. Масштабное обследование промышленности было осуществлено в связи с проведением в 1882 г. в Москве Всероссийской промышленно-художественной выставки.

На рубеже XIX–XX вв. были опубликованы работы, в которых на базе земской статистики кустарная промышленность подверглась специальным исследованиям. Один из авторов, Д.Ю. Бехли, выделил четыре типа кустаря-промышленника. К первому он отнес крупных промышленников-заводчиков: с 12-16 рабочими и годовым торговым оборотом 25-75 тыс. рублей. Во второй тип были выделены средние промышленники: с 5-10 рабочих, оборот от 3 до 15 тыс. рублей. Третий тип, собственно кустарь, работал с семьей, иногда нанимал в помощь 1-2 рабочих. Четвертый тип – «бывшие кустари», то есть рабочие, лишившиеся оборотных средств и жившие у хозяев [6]. Предпринятый Д.Ю. Бехли опыт типизации промыслов отражал значительные перемены в экономике страны к началу XX столетия.

Значительный интерес представляет взгляд на кустарную промышленность экономистов-народников, в частности, одного из лидеров – проф. Н.А. Каблукова. Он признавал кустарным семейное предприятие, ведущее производство в небольших размерах собственными орудиями труда, где наемный труд допускался только в форме поденщины. Поставив во главу угла трудовой характер кустарного производства [7], экономисты-народники первыми заостряли внимание на том, что для мелкой промышленности была характерна жесточайшая самоэксплуатация, которая осуществлялась через семейную, патриархальную форму. В то же время они признавали, что кустарное хозяйство являлось частью капиталистического рынка.

Самым авторитетным исследователем промыслов в России до сих пор считается А.А. Рыбаков. В составленной им схеме форм хозяйственной деятельности к мелкой промышленности отнесены пять типов хозяйств: первый – с вольной непосредственной продажей продукции потребителю; второй – с продажей торговцу; третий – хозяйства, самостоятельно покупающие сырье, но сбывающие определенному скупщику; четвертый – покупающие сырье у того же торговца, который покупает изделия; пятый – домашняя крупная промышленность или наемная система зависимой формы [8]. Все хозяйства, за исключением принадлежащих к домашней крупной промышленности, характеризовались автором как

самостоятельно работающие собственными орудиями в собственном помещении. В отличие от многих предшественников, А.А. Рыбаков не считал для кустарной промышленности характерной прямую зависимость от сельского хозяйства.

Е.И. Шлифштейн – ученик и последователь А.А. Рыбакова – открывал перед мелкой промышленностью новые горизонты, возвращая право на существование в экономике капиталистического типа. В кустарной промышленности развивались независимые мелкие предприятия, где кустарь нанимал работников и платил им больше, чем семейным [9].

В 1912 г. сотрудником «Торгово-промышленной газеты» Я.Я. Полферовым было проведено анкетирование 114 уездов Европейской России. При обработке полученные результаты были дополнены материалами земской статистики. Обследование показало, что наемный труд не имел тенденции везде и повсюду повышаться с уменьшением труда семейного. Тем не менее, в целом Я.Я. Полферов пришел к выводу, что российский кустарь почти полностью превратился в наемного рабочего [10].

Российская историография второй половины XIX – начала XX вв. проделала большую и кропотливую работу по изучению кустарной промышленности. Сформировалась традиция рассматривать кустарное производство как особый вид народной экономики, основанный на семейном труде, где применение наемной силы было исключением и считалось важным лишь по технологическим причинам. В историографии появилось направление, доказывающее способность мелкой промышленности к выживанию в условиях развитого капитализма.

Таким образом, первые десятилетия изучения мелкой промышленности в России оказались и самыми плодотворными. Была накоплена мощная источниковая база, проведены важные наблюдения, намечены оригинальные подходы к разным сторонам изучаемой проблемы, наконец, высказаны идеи, осмысление которых стоит на повестке дня современной историографии.

#### ***Библиографический список***

1. Колкотин, А. Кустарный вопрос в России. Опыт объективного исследования / А. Колкотин. – СПб., 1905.
2. Корсак, А.О. О формах промышленности и вообще о значении домашнего производства в Западной Европе и России / А.О. Корсак. – СПб., 1861.
3. РГАЭ. Оп. 7. Д. 4. Л. 66, 85 об.
4. Кустарные промыслы Нижегородской губернии. Н.Новгород, 1894.
5. Мелкие промыслы Казанской губернии. Казань, 1911.
6. Бехли, Д.Ю. Мероприятия Нижегородского губернского земства по восполнению кустарной промышленности / Д.Ю. Бехли. – СПб., 1902.
7. Каблуков, Н.А. Кустарная промышленность и ее связь с кооператорами / Н.А. Каблуков. – М., 1915.
8. Рыбников, А.А. Кустарная промышленность и сбыт кустарных изделий / А.А. Рыбников. – М., 1913.
9. Шлифштейн, Е.И. Мелкая промышленность Саратовской губернии. Саратов, 1923.
10. Палферов, Я.Я. Кустарная промышленность в России / Я.Я. Палферов. – СПб., 1913.

***Н.М. Ремизов***

### **МИФЫ РОССИЙСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ**

История России до сих пор находится в плену исторической концепции В.И. Ленина. Историки, оглушенные выстрелом «Авроры», которого не было, до сих пор не могут отрешиться от этой концепции по разным причинам. Одни не «могут поступиться принципами», другие вообще не имеют своего мнения, третьи не имеют желания вмешиваться в политический спор.

Ленинская концепция предполагает «единственно верную» точку зрения на исторические события, другие же теории признаются только фальсификацией. Эта концепция имеет свою методологию. Она основана на формационном подходе создания истории. Вся история человечества делится на формации: первобытно-общинный строй, рабовладельческий строй,

феодальный строй, капиталистический строй и коммунистический. Вообще деление истории на периоды могут иметь произвольную основу: периоды правления монархов, войны, от реформы до реформы и т.п.

В формационном подходе периоды выделяются на основе смены общественных отношений. «Паровозом» истории считается классовая борьба, в которой решающую роль играет рабочий класс под руководством коммунистической партии. В.И. Ленин делит всю историю революционного движения на три периода: дворянский, народнический и пролетарский. Дворянский период – это движение декабристов. Но, по мнению В.И. Ленина, они были «страшно далеки от народа». В действительности гвардейские офицеры не хотели и не могли использовать народ в своих целях, так как не имели возможности вести широкую пропаганду без газет и журналов и считали народ недостойным для их дела.

Народники решили исправить такое положение и двинулись в народ, чтобы использовать его в своих целях. Но народ не понял этих очкастых и худосочных интеллигентов и использовал топоры по своему прямому назначению.

После реформ Александра II идеологическое наступление на народ усилилось и умножилось. Значительно увеличилось число школ, газет и журналов. Расширились возможности антиправительственной разрушительной пропаганды. С развитием науки и техники увеличились возможности террористической деятельности. Индустриализация привела к значительному росту наемных рабочих, собранных на фабриках и заводах.

Под влиянием Запада появляются организации и партии, ставящие цель – разрушить Россию и захватить власть. Радикальные революционные и либеральные партии выдвигают главную задачу – опорочить Николая II. Раскручивается «кровавое воскресенье 9 января», хотя главное в этих событиях – провокация со стороны террористов-революционеров, которые первыми начали стрелять в охрану массового шествия. Затем они провоцируют крестьян на грабеж помещичьих усадеб, разжигая низменные чувства народа. Историки ленинской концепции называют это революцией 1905–1907 годов.

Либералы и масоны убивают Распутина. Распутин очень мешал им, так как стремился прекратить участие России в войне, что нарушало планы Запада использовать Россию в войне как можно значительнее.

Историки продолжают муссировать эти события, не обращая внимания на главные события XX века: реформы Николая II – финансовую, политическую, аграрную.

Революция – это когда гражданские права берутся силой, в результате восстания, когда происходит смена строя, смена общественных отношений.

Разберёмся в финансовой реформе. Её почему-то приписывают С.Ю. Витте. Но решение о её проведении принимал Государственный Совет и император. А по ленинской концепции получается, что если что-то хорошее, то это Витте, а если плохое – это император. В результате финансовой реформы была введена валюта – золотой червонец. Всем было предоставлено право обменять бумажные деньги на золотые червонцы.

По административно-политической реформе 17 октября 1905 г. населению были предоставлены все политические права: свобода слова, печати, организаций и демонстраций, а также избирать Государственную Думу, ставшей нижней палатой парламента. Государственная Дума поставила своей целью превратить монархию в парламентскую монархию, когда Государственная Дума создаёт правительство, ответственное перед Думой.

Таким образом, законодательная и исполнительная власть переходила к Государственной Думе. А дальше недалеко освобождение от монархии или её ликвидация. И это в то время, когда идёт Первая мировая война. Неслучайно эта идея близка к ленинскому лозунгу «превращения войны империалистической в войну гражданскую». Император Николай II проявил волю (хотя все указывают на отсутствие воли) и даже отказался от престола. Главное здесь, почему император отрёкся от престола. Об этом молчат все учебники отечественной истории. Император отрёкся от престола потому, что его не поддерживало высшее армейское руководство. Либералы, рвущиеся к власти, настойчиво убеждали население в том, что

император не способен управлять страной, что смена власти благотворно скажется на ситуации в стране. Историки же продолжают муссировать эту идею.

Император отрёкся от престола. Было создано Временное Правительство из комитета Государственной Думы и возник самозванный, никем не избранный Петросовет. Смена власти произошла, а проблемы остались. Какие главные проблемы? Проблемы войны и мира, стабильной власти и созыва Учредительного собрания, улучшения экономического положения страны, якобы необходимость решения национального вопроса. Временное Правительство не решило этих проблем. Россия продолжала войну, экономическое положение страны ухудшалось, Учредительное собрание не было созвано.

Главная проблема, которой боялись даже либералы, заключалась в том, чтобы не развязать гражданскую войну. Большевики не боялись гражданской войны. Они понимали, что в гражданской войне больше возможности удержаться у власти, только надо действовать решительно. Надо убедить и заставить массы воевать на их стороне. Это оказалось проще, так как в стане противника не было единства в представлении о том, какая власть должна быть в России. В этой войне большое значение имел психологический фактор. Большевики и их сподвижники развязали низменные инстинкты населения («грабь награбленное»). Только потом остановить грабёж, разбой и убийство будет очень тяжело. Сделать это можно только репрессивными методами, что и сделал И.В. Сталин.

С отречения императора от престола началась и контрреволюция. Это выразилось в том, что Временное правительство стало ограничивать свободы, данные императором 17-го октября 1905 г. Временное правительство запретило деятельность монархических партий, постепенно была отменена свобода слова.

Ленин и его гвардия не знали, как построить социализм, если исходить из работ В.И. Ленина. Если внимательно изучить «Очередные задачи советской власти», написанные по просьбе «товарищей», становится понятно, что никакой программы социалистического строительства там нет [1]. «Важнейшими задачами, выдвинутыми Лениным, были повышение производительности труда, организация социалистического соревнования, выработка новой сознательной трудовой дисциплины» [2].

Когда большевики захватили власть, начался грабёж собственности, который привел к войне. Назвать эту войну гражданской можно с большой натяжкой, хотя термин, выдвинутый В. И. Лениным, подхвачен историками этой концепции. В этой войне победу большевикам обеспечили наёмники: латышские стрелки, интернациональные бригады, венгры, чехи и др.

После окончания гражданской войны в работах «Письмо к съезду», «О придании законодательных функций Госплану», «К вопросу о национальностях или об автономизации», «Странички из дневника», «О кооперации», «О нашей революции», «Как нам реорганизовать Рабкрин», «Лучше меньше, да лучше» [3] Ленин подвёл итоги развития советского общества и указал конкретные пути построения социализма: индустриализация страны, кооперирование крестьянских хозяйств (коллективизация), проведение культурной революции, укрепление социалистического государства и его вооружённых сил [4].

Никаких идей и планов построения социализма в этих статьях нет. Планы индустриализации, коллективизации, культурной революции разработаны решениями последующих съездов, постановлений ЦК ВКП(б) и И. В. Сталиным. Воплощение этих планов осуществлялось жёсткими мерами. Нужно было ликвидировать последствия разжигания низменных страстей, создать сильную державу. Обобщение земли в колхозно-кооперативную собственность можно назвать экономической социалистической революцией. Осуществление планов социалистической революции завершил И. В. Сталин.

#### *Библиографический список*

1. Ленин. В. И. Полн. Собр. Соч. Т. 36.
2. СССР. Энциклопедический справочник / гл. редактор А. М. Прохоров. – М.: Советская энциклопедия, 1982. С.
3. Ленин. В. И. Полн. Собр. Соч. Т. 45.

## **ТЕРРОРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПАРТИИ СОЦИАЛИСТОВ-РЕВОЛЮЦИОНЕРОВ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ГУБЕРНИИ В НАЧАЛЕ XX в.**

Террористическая деятельность нижегородских социалистов-революционеров активизировалась в период первой русской революции. В 1905 году готовилось покушение на нижегородского губернатора барона Унтерберга [1]. Теракт был предотвращен полицией не без участия Азефа.

Революционные достижения нижегородских эсеров способствовали приезду летом 1905 г. в Н. Новгород видных лидеров и активистов ПСР, в том числе Е. Азефа, Б. Савинкова, А. Якимовой, К. Зильберберг, Д. Бриллиант и др. Общероссийский съезд боевиков из-за предательства Азефа не состоялся.

28 апреля 1905 г. по решению местного комитета эсеров в Нижнем Новгороде был убит начальник охранного отделения ротмистр А.В. Грешнер [2]. Покушение на ротмистра Грешнера совершил 25-летний дворянин Пензенской губернии А.Л. Никифоров, прибывший в Нижний Новгород по этапу 3 марта. Организовал убийство член ПСР Е. Е. Колосов. 9 июля на митинге на Острожной площади эсер А.К. Генце открыл стрельбу по черносотенцам, что послужило началом контрреволюционного и антисемитского погрома.

В первые месяцы 1905 года совместно с социал-демократами и анархистами нижегородские эсеры создали боевые дружины, переоформленные в «Тайные боевые дружины». Количество боевиков в городе и его окрестностях составляла до 300 человек. Без особых тренировок было создано четыре отряда, куда вошли представители большевиков и меньшевиков [3]. Боевые дружины от эсеров возглавил Ашмарин. Участие эсеров в этих дружинах было преобладающим. С 13 декабря в Канавине и Сормове стали строиться баррикады. Два месяца в городе власть принадлежала боевым дружинам. В Народном доме (сейчас Оперный театр) был открыт дискуссионный клуб, который охранялся боевиками. Там же был склад взрывчатки, оружия, боеприпасов. Несколько позднее мощные боевые дружины стали создаваться в сельских местностях. Ставя своей целью защиту от черносотенцев, а также подготовку вооруженного восстания, специально обученные и хорошо подготовленные вооруженные боевики дестабилизировали положение в городе и губернии уничтожением и запугиванием активных приверженцев царского режима [3].

В 1906 году, когда революция в городе резко пошла на убыль, эсеры приняли решение «начать партизанскую войну, не только для того, чтобы добывать средства или нанести какой-либо урон, но и главным образом, для того, чтобы постоянными партизанскими выступлениями содержать боевой дух в дружинах». Эсеры объявили войну городовым. Последним было предложено оставить полицейскую службу, в противном случае они считались врагами народа и подлежали расправе на своих постах. Расправе подлежали и жандармы. Не счесть числа экспроприаций, грабежей, вымогательств, подделок документов с их последующим использованием для дальнейших махинаций, организованных эсерами (подобными приемами пользовались все без исключения, вне зависимости от партийной принадлежности) [9].

В государственном архиве Нижегородской области хранится ряд документов, подтверждающих огромное количество противоправных действий эсеров. Средства, которые применяли эсеры в Нижегородской области, а также характер их действий в современном праве квалифицируется как бандитизм [10]. Такую же оценку дают полицейские источники. Анна Гейфман в своей монографии таких террористов называет террористами «нового типа» [11]. За что подвергается критике О.В. Будницкого: «для нее революционеры – только экстремисты, использующие любые средства против легитимной власти», «временами кажется, что автор смотрит на события из окна Департамента полиции» [12].

Архивные документы нижегородского охранного отделения подтверждают выводы А. Гейфман о том, что эсеры-террористы не стеснялись в выборе средств. Например, 30 декабря 1905 года ограблена казенная винная лавка, в июне 1906 г. эсеры ограбили контору



кооперативного общества «Надежда» на сумму около 5000 рублей [7]. 25 июля 1906 была ограблена бакалейная лавка Кузнецова в Канавине [16], а 10 марта 1907 г. – касса конторы завода Доброва и Набголец на 1195 рублей (скорее всего, эсеровское руководство не одобряло подготовку таких действий, поэтому часть членов эсеровской группы отделилась и создала группу анархистов-коммунистов; при аресте уже после ограбления завода боевики называли себя анархо - коммунистами) [15]. 9 апреля 1907 года был ограблен артельщик сормовского потребительского общества на сумму 18 тысяч рублей.

Экспроприации продолжались и дальше и напоминали обычный грабеж, сопровождающийся убийствами и попойками. 23 августа 1907 года в деревне Оранки Алистьевской волости Нижегородского уезда была ограблена казенная винная лавка №157 на 40 рублей, в ней было перебито посуды на 200 рублей, похищен револьвер; 24 августа на станции Суроватиха была ограблена касса на 68 рублей, убито два жандарма, похищено оружие, ранен крестьянин, вставший на защиту государственной собственности [6], 26 августа было ограблено почтовое отделение на 305 рублей. 7 декабря 1907 года была разграблена казенная винная лавка в селе Богоявление Нижегородского уезда на 500 рублей. В январе-феврале эсеровские боевики вымогали у священников Петропавловской и Успенской церкви денежные средства.

Эсеровский терроризм был разноплановым: убийства шпионов и провокаторов, политические убийства, «партизанская война», «аграрный терроризм», экспроприации, организация боевых дружин. За годы первой русской революции Нижегородская организация эсеров превратилась в массовую организацию, деятельность которой сочетала как пропагандистские, так и террористические действия. По численности и революционной влиятельности эсеровская партия стала мощнейшей и влиятельной силой общественного движения. При отсутствии должного контроля со стороны партийных органов и полном пренебрежении к чужой и собственной жизни, вовлечении люмпенов эсеровский терроризм все более и более скатывался к бандитизму и к обычной уголовщине [20]. С одной стороны, такая тактика приводила к измельчанию терроризма и к полной деградации, с другой стороны способствовала разрушению государственных политических институтов, что способствовало октябрьскому перевороту 1917 года.

#### *Библиографический список*

1. Савинков, Б. В. Воспоминания террориста / Б.В. Савинков. - М.: Мысль, 1991. С. 135-136.
2. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 53. Л. 83-84; Оп. 3. Д. 67 Л. 69. Кузьмин, Д. А.Л. Никифоров и дело Грешнера (по личным воспоминаниям) // Каторга и ссылка. 1928. № 4 (41). С. 38-54.
3. Мочалов, П. Боевая дружина и вооруженное восстание в Сормове в 1905 году // Сормово на баррикадах 1905 года. - Горький, 1935. С. 108.
4. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 66. Л. 221-224.
5. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 2. Л. 56.
6. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 7. Лл. 163 - 166.
7. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 87. Л. 237-238.
8. ГУ ЦАНО. Ф. 918. Оп. 8. Д. 174. Л. 118 - 119.
9. Общественно-политические процессы, партии и движения в Нижегородской губернии в конце XIX- начала XX в.в.: учеб. пособие в 2-х томах. Т. 1. / Г.В. Набатов. - Н. Новгород, 2001. С. 22.
10. Уголовный кодекс Российской Федерации. – М: Проспект, КНОРУС, 2009. ст. 209.
11. Гейфман, А. Революционный террор в России, 1894-1917: [пер. с англ.] / А. Гейфман. - М.: КРОН-ПРЕСС, 1997. С. 448.
12. Будницкий, О.В. Терроризм в российском освободительном движении: идеология, этика, психология (вторая половина XIX-начало XX в.) / О.В. Будницкий. - М. «Российская политическая энциклопедия» (РОСПЭН), 2000. С. 25.
13. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 87. Л. 237 - 238.
14. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 94, Л. 85 - 85 об.
15. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 7. Л. 96 - 97.
16. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 94. Л. 85-85 об.
17. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 7. Л. 163 - 166.
18. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 7. Л. 157 - 158 об, 160 - 162.

19. ГУ ЦАНО. Ф. 916. Оп. 3. Д. 107. Л. 63 - 64.  
20. ГУ ЦАНО. Ф. 1865. Оп. 1. Д. 2. Л. 2, 11, 12, 15 - 17.

*Д.Г. Рыжаков*

### **К ВОПРОСУ ОБ ИСТОЧНИКАХ ПО ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО СЫСКА И РЕВОЛЮЦИОННОГО ДВИЖЕНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ГУБЕРНИИ В НАЧАЛЕ XX в. (ПО МАТЕРИАЛАМ ГАРФ)**

На протяжении последнего десятилетия интерес к истории органов политического сыска дореволюционной России продолжает стабильно расти, что в свою очередь порождает новые публикации по данной проблеме. В настоящее время в научный оборот всё активнее вводятся материалы региональных архивов, в том числе и Центрального архива Нижегородской области (ЦАНО), который обладает значительной коллекцией документов, относящихся к различным аспектам деятельности царской политической полиции.

Несмотря на все усилия, прилагаемые исследователями, до сих пор остаются малоизвестными документы по истории революционного движения и политического сыска Нижегородской губернии, хранящиеся в ГАРФ (Государственном архиве Российской Федерации). В фонде Департамента полиции (ф.102) сосредоточены материалы, непосредственно касающиеся истории революционного движения и политического сыска в Нижегородской губернии в начале XX в. Здесь следует отметить агентурные сводки по Нижегородской губернии разных лет (дайджест сообщений секретных сотрудников, регулярно направляемый в Департамент полиции).

Агентурные сведения позволяют судить о степени проникновения секретных сотрудников политической полиции в революционные организации. В значительной мере, именно благодаря упомянутым документам, исследователи могут проследить динамику активности секретных сотрудников, например, в среде губернских организаций ПСР на территории Нижегородской губернии в 1908–1910 гг. В частности, можно делать выводы о количестве секретных сотрудников в тех или иных губернских и уездных организациях ПСР. В сводках агентурных сведений указаны псевдоним агента, краткое содержание донесения и меры, принятые сотрудниками политической полиции. Таким образом, историки в хронологической последовательности могут реконструировать агентурную работу охранного отделения.

Другим крупным массивом документов, заслуживающих внимания, являются аналитические материалы Нижегородского охранного отделения и жандармского управления. К этой категории источников относятся, например, записки о «состоянии революционного движения в губернии», донесения о «деятельности лиц, принадлежащих к социал-демократической партии и другим революционным организациям Н. Новгорода» и т.п., некоторые из них опубликованы. Значительная же часть подобных материалов до настоящего времени в ЦАНО не сохранилась. Данный недостаток в источниках частично компенсируется материалами фонда Департамента полиции, так как «жандармская аналитика» регулярно направлялась руководством Нижегородских спецслужб в Департамент полиции. Совокупность «аналитических записок» и «политических обзоров» позволяет судить о развитии революционного движения в губернии, активности политических партий. Однако данные документы не всегда точны, иногда сотрудники политической полиции преуменьшали или, наоборот, преувеличивали активность революционного движения, путали партийную принадлежность революционеров и т.п.

*М.В. Зеленев*

### **АППАРАТ ЦЕНЗУРЫ - АППАРАТ КОММУНИКАЦИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ И ТРАНСЛЯЦИИ ЗНАНИЙ В КОНТЕКСТЕ КРАЕВЕДЕНИЯ**

С 1922 по 1991 гг. между газетой (книгой) и читателем, публичным лектором и аудиторией, радиопередачей и слушателем, музейным экспонатом и посетителем музея,

театральной постановкой и зрителем находился цензурный аппарат. Задача автора – коротко описать из чего он состоял. Никаких теоретических открытий в статье нет, но фактическое описание истории цензурного аппарата делается впервые.

*Нижегородский гублит (1922–1928 гг.)* был создан при Отделе народного образования губернского исполкома в 1922 г. Выявить его состав сложно, поскольку материалов штатного расписания не сохранилось. Гублит подчинялся Главлиту, начальник Гублита назначался приказом губисполкома, как и все другие сотрудники. Кроме начальника (А.И. Преображенский, 1922–1929 гг.) в штате состояли еще политредактор и секретарь. Однако в губернии в 1925 г. было 17 цензурных учреждений (15 уездных и 2 районных – в Растяпино и Канавино). Эти учреждения состояли, как правило, из одного человека – инспектора по делам печати и зрелищ, который содержался за счет РайОНО.

Нижегородское (с 1932 г. – Горьковское) Краевое Управление по делам литературы и издательств Главного Управления по делам литературы и издательств (Нижегородский Крайлит, 1929–1936 гг.) состояло из начальника (В.Е. Бабкин, 1932–1936 гг.) и 11 уполномоченных Крайлита: по областным газетам (2 чел.), по городской газете, при ОГИЗе и лекционном бюро, по радио-центру, по г. Горькому, при филиале полиграфа, при типографии политотдела Верхне-Волжского речного пароходства, по мелким типографиям (3 чел.), один уполномоченный по району города, секретарь, бухгалтер.

При образовании Горьковской области Крайлит был преобразован в Обллит (1936–1953 гг.). Его возглавляли В.И.Шальнов (1936–1939 гг.), А.И.Иванов (1939–1941 гг.), Л.А. Трусов (1941–1943 гг.), В.Г. Зленко (1943–1945 гг.), И.В. Софронов (1945–1951 гг.), Ф.Н. Боронин (1951–1962 гг.). В Штатном расписании 1938 г. числились 82 человека: введена должность спецработника (секретное делопроизводство) и зам. начальника (он же военный цензор). Последующий контроль осуществляли 2 политредактора, инспектор (уполномоченный) по радиокомитету, инспектор по типографиям и библиотекам, уполномоченный по мелкопечатной продукции (последующий контроль над многотиражками города), начальник Горлита (он же с исполнением обязанностей контроля над книжной продукцией), 3 уполномоченных по областным газетам

и 8 уполномоченных по районам города, 58 районных уполномоченных (из них 15 по совместительству). С 1939 г. в штатных расписаниях стали отдельно выделять административно-управленческий аппарат и отдельно цензорский состав, в который входили и райуполномоченные по области (41 чел.) и 25 райуполномоченных по совместительству.

Начальник Обллита осуществлял общее руководство, заместитель начальника был одновременно военным цензором (с июня 1939 г.), а также осуществлял последующий контроль над газетами районов и заводов оборонного значения, составлял сводки. Предварительный контроль по областным газетам вели два уполномоченных, которые работали через ночь. Уполномоченный по книжно-журнальной продукции просматривал кроме нее изопroduкцию ОГИЗа институтов (научные труды), а также брошюры, издаваемые в области.

Уполномоченный по радиовещанию осуществлял предварительный контроль материалов вещания Областной радиостанции РВ-42. Уполномоченный по газете «Волжская магистраль» (орган Верхне-Волжского пароходства) просматривал еще ежедневную многотиражку «Ленинец». Начальник Горлита был одновременно уполномоченным по внеплановым изданиям: изопroduкции, публичным лекциям, выставкам, материалам Горьковского ТАСС, руководил работой уполномоченных города и изъятием литературы в городе.

Уполномоченный при полиграфе просматривал всю мелкопечатную продукцию полиграфа и еще четыре многотиражки (27 выпусков, две двухполоски и одна четырехполоска). В штате были шесть уполномоченных по районам города, в их обязанности входил просмотр многотиражек, мелкопечатной продукции типографий, контроль радиоузлов, изъятие литературы по району. Последующий контроль осуществляли два политредактора, просматривающих районные газеты, многотиражки (130 газет, 3 журнала), книжно-журнальную продукцию ОГИЗа.

Инспектор по радиовещанию осуществлял последующий контроль над материалами вещания областной радиостанции и 39 действующих районных узлов и, кроме того, райгазеты. Инспектор по

библиотекам контролировал изъятие литературы из библиотек и книготорговой сети двух городских районов, в которых сосредоточены основные общественные и вузовские библиотеки и книжные магазины. В штате обллита были еще 42 уполномоченных по области и 25 райуполномоченных по совместительству (как правило, сотрудники райкомов партии). Райуполномоченные контролировали районные радиоузлы, типографии, цинкографии, мелкопечатную продукцию, музеи, библиотеки и книжные магазины, репертуар. Инспектор по библиотекам районов области осуществлял последующий контроль по изъятию литературы райуполномоченными, учет изъятых литературы по районам, проверял библиотеки райцентров.

С 01.07.1947 г. уполномоченные политредактора стали числиться в штате как цензоры, а районные уполномоченные – как районные цензоры. С апреля 1952 г., после ликвидации Главреперткома, в Обллите появился работник по вопросам искусства для контроля театров, самодеятельности, художников и т.п.

На основании приказа МВД СССР от 16 апреля 1953 г. Обллит был включен в состав УМВД как «11 отдел УМВД по Горьковской области». Штатное расписание немного изменилось: была упразднена должность начальника спецчасти (функции работы с секретным делом производством переданы секретарю), введены должности старшего цензора по предварительному контролю печатной продукции, старшего цензора по вопросам искусств, библиотек и музеев, цензора по иностранным бандеролям.

На основании постановления СМ СССР от 8 октября 1953 г., цензурный отдел УМВД передавался в ведение Облсполкомов. Управление по охране военных и государственных тайн в печати при Горьковском Облсполкоме (Обллит, 1953–1966 гг.) состоял из начальника (после Боронина Обллит в 1962 г. возглавил А.С. Ульянов), заместителя, старшего цензора, 7 цензоров (областных газет, по мелкопечатной продукции, последующего контроля, по библиотекам, по искусству), 8 цензоров по районам города и области. Была восстановлена должность начальника спецчасти. В 1955 г. приказом Главлита были сокращены районные цензоры-совместители. Поэтому вместо 30 районных газет цензорами стали контролироваться только четыре. В 1957 г. в штатном расписании исчезла должность заместителя начальника управления, появилось выделение старших районных цензоров. Количество работников менялось, но в принципе оставалось стабильным. С 1962 по 1965 гг. вместо районных цензоров была ставка уполномоченных управления.

Управление по охране государственных тайн в печати при Горьковском Облсполкоме (1966–1991 гг.) возглавляли И.И. Мордовченко (1967– 1976 гг.), К.В. Масыгин (1976–1992 гг.). В 1967 г. должность цензора была заменена должностью редактора. Штатное расписание с 1967 по 1989 гг. почти не менялось (только в 1974 г. были ликвидированы ставки районных редакторов): начальник, зам. начальника (с 1968 г.), 3 старших редактора, 9 редакторов, 3 старших районных редактора, 1 районный редактор, 1 старший инспектор.

Примерно такой состав был до 1989 г., когда количество редакторов было сокращено до двух. С апреля 1990 г. старший редактор числился как редактор 1-й категории, а редактор – как редактор 2-й категории. Упразднена должность начальника отдела средств массовой информации. С января 1990 г. существует хозрасчетная группа: редактор и 3 редактора 2-й категории. При утверждении бюджета СССР на 1991 г. финансирование Главлита и его органов было сокращено на 30%. В связи с этим в Горьковском управлении были сокращены четыре человека: заместитель начальника, инспектор по основной деятельности и два редактора. Нижегородское управление по охране государственных тайн в печати при Горьковском исполкоме было упразднено приказом Министра печати и массовой информации РСФСР №210 от 11 ноября 1991 г., постановлением Главы администрации области №1 от 6 декабря 1991 г. и приказом №3 от 15 января 1992 г. по Нижегородскому управлению.

*М.С. Кудрявцев, В.П. Савчук*

## **ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ В АРМИИ – ОБЗОР ИСТОРИЧЕСКОГО ОПЫТА**

Коммуникация в армии имеет ряд особенностей, обусловленных спецификой военной службы. Среди этих особенностей – жестко соблюдаемые принципы единоначалия и

субординации. Необходимым принципом является также непререкаемый авторитет старших по званию и должности. Для поддержания авторитета командир обязан быть образцом для своих подчиненных во всем: во внешнем виде, культуре общения, морально-нравственных качествах. Эти принципы являются традицией Вооруженных Сил России, однако в истории нашей страны был период, когда они были поставлены под сомнение. Результатом этого стало значительное снижение уровня боевой подготовки и боевой готовности армии, которое едва не завершилось катастрофой. В настоящее время, когда Российская армия переживает период реформирования, изучение исторического опыта, возникавших проблем и путей их решения представляется крайне важным.

Периодом, когда основополагающие принципы воинской этики были подвергнуты сомнению, является межвоенный период, начавшийся после окончания Гражданской войны и закончившийся в конце 1930-х гг., в условиях надвигавшейся Второй мировой войны. В это время в Красной армии утвердился новый стиль взаимоотношений, зародившийся в годы революционных потрясений. Красноармеец рассматривался не столько как военнослужащий, на которого возложен комплекс обязанностей, сколько как гражданин, товарищ такой-то, имевший такие же права, как любой гражданин Советской республики. Он мог критиковать своего отделенного, взводного и даже ротного командира на комсомольском собрании. Устав предусматривал лишь один вариант ответа в случае отдачи приказа – «есть», другие же принятые ныне уставные фразы: «слушаюсь», «так точно», «никак нет» считались проявлениями старорежимных контрреволюционных порядков. Вне комсомольского собрания и вне строя рядовой красноармеец мог открыто называть командира «балдой», употреблять в его адрес нецензурную брань. Аккуратный внешний вид также не был в чести у красноармейцев. Человек, регулярно чистивший и аккуратно подшивавший свою форму, осмеивался, а то и подозревался в контрреволюционных настроениях.

Такая ситуация имела место не только в дальних гарнизонах, но и в крупных городах. Например, комдив К.П. Подлас, инспектировавший дислоцированный в Минске 110-й стрелковый полк, в 1936 г. писал: «Младшие держатся со старшими фамильярно, распушено, сидя принимают распоряжения, пререкаются». Лучшего оставлял желать и внешний вид солдат: «Много рваного обмундирования, солдаты грязные, небритые, рваные сапоги, так же выглядят и средние офицеры, некоторые из них не носят знаков различия» [1].

Пренебрежение к внешнему виду и дисциплине закладывались в красных командирах еще в курсантские годы. Вот как, например, выглядели в августе 1932 г. курсанты Смоленской военной школы: «Резко бросается в глаза слабая строевая выправка, обмундирование почти все лето не стиралось и дошло до цвета нефти, заведя командира с ромбами в петлицах (*соответствовавшего нынешнему генералу*), курсанты-дневальные мялись, один почесывал щеку и вертел головой, не зная, встать или сидеть» [2].

Причины низкого уровня культуры и дисциплины в Красной армии понятны: в 1920–1930-е годы в Красную армию брали только выходцев из семей рабочих и крестьян, которые редко отличались высоким культурным уровнем. Военнослужащие сверхсрочной службы, определявшие морально-психологический климат в частях Красной армии, происходили из наиболее бедных семей, а то и были беспризорниками, то есть происходили из наименее культурных слоев населения. Таким образом, очевидно, что Красная армия состояла в основном из прототипов булгаковского персонажа Шарикова.

Следствием низкого культурного уровня являлся низкий уровень владения боевой техникой, без которой был немыслим успех боевых действий в то время. Несмотря на предпринятые в конце 1930-х годов меры, бичом Красной армии оставались низкая точность стрельбы, частые поломки боевой техники из-за неправильной эксплуатации, медленное внедрение новых видов вооружений, неумение взаимодействия разных родов войск. Не имевшие морального авторитета у подчиненных командиры не могли быть требовательными к ним, настойчиво отрабатывать детали боевой подготовки.

Командовавшие Красной армией М.Н. Тухачевский, И.П. Уборевич, И.Ф. Федько, И.Э. Якир и другие поддерживали такую своеобразную «воинскую этику», считая ее

достижением социалистической революции. Главным фактором победы в будущей войне с капиталистическими странами они считали не боевые качества армии, а революции, которые устроят трудящиеся в тех странах, чьи правительства осмелятся напасть на пролетарское государство. Такая идеология едва не привела к катастрофе при нападении фашистской Германии на СССР. В связи с этим, репрессии 1937–1938 гг. представляются обоснованными.

На смену репрессированным пришли такие полководцы, как Г. К. Жуков, К. К. Рокоссовский, Р. Я. Малиновский и др. Они приобрели военный опыт, участвуя в Первой мировой войне. В партию они вступили не ранее 1919 г., уже занимая командные должности в Красной армии, то есть их продвижение по службе происходило по профессиональным качествам, а не под влиянием партийного выдвиженчества.

С приходом новых командующих были изменены уставы Красной армии и Флота, повысились требования к дисциплине и ответственность командиров всех уровней, значительно возрос уровень боевой подготовки. Результаты не замедлили сказаться. Красная армия нанесла сокрушительные поражения японским милитаристам на р. Халхин-Гол и у оз. Хасан. Однако до начала Второй мировой войны сделать удалось далеко не все. В войне с Финляндией Красная армия понесла неоправданно большие потери из-за низкого уровня организации разведки, боевого охранения, отсутствия связи между частями – это было явным следствием недостаточной дисциплины и боевой подготовки. Те же проблемы преследовали Красную армию и в начале Великой Отечественной войны. Война заставила исправлять недостатки в ходе боевых действий. Ценой этого вновь стали тяжелые потери и поражения.

В наше время Российская армия оказалась в похожей ситуации. В результате экономического кризиса 1980–1990-х гг. финансирование армии резко сократилось. Из армии уволились опытные, высококвалифицированные, добросовестные офицеры. Молодые люди стремились избежать воинской службы, в армию попадали только те, у кого не было знаний, чтобы поступить в вуз, или денег на взятку. В результате резко снизился культурный и профессиональный уровень военнослужащих, что не могло не отразиться на уровне боевой подготовки и результатах боевых действий.

С 2000 г. финансирование армии увеличилось и, несмотря на экономические сложности, продолжает оставаться на высоком уровне. Принимаются меры по повышению культурного уровня офицеров. Для этого в ряде городов учреждены кадетские корпуса, дающие общее образование высокого уровня, обращено внимание на уровень общеобразовательной подготовки курсантов военных училищ и их культуру поведения. Перед началом каждого занятия преподаватель проверяет внешний вид курсантов, налагает дисциплинарные взыскания за нарушения. Введены дисциплинарные взыскания за нецензурную брань в общественных местах, в присутствии преподавателей, иностранных курсантов, гражданских лиц. Вместе с повышением уровня дисциплины повышается и уровень теоретической боевой подготовки, для этого закуплено достаточное количество компьютерной техники, мультимедиа, разработаны тренировочные стенды для формирования профессиональных умений и навыков, регулярно проводятся стрельбы.

Таким образом, и в прошлом, и в наши дни уровень культуры общения теснейшим образом связан с уровнем боевой подготовки и эффективностью действий армии.

#### *Библиографический список*

1. Российский государственный военный архив. Ф. 37464. Оп. 1. Д. 12, Л. 92.
2. РГВА. ф. 31983, Оп. 2, д. 13, л. 151-171.

*А.В. Крылова, А.В. Усягин*

#### **ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНИХ КОММУНИКАЦИЙ НИЖЕГОРОДСКОГО ГУБЕРНСКОГО ПАРТИЙНОГО КОМИТЕТА ВКП(б) ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ 1920-х гг.**

В данной статье приводится анализ материалов, касающихся переписки ответственного секретаря Нижгубкома (коим в указанный период являлся А.А. Жданов) по организационным, кадровым, хозяйственным вопросам.

Из писем, направленных в губком членами партии, можно сделать несколько любопытных выводов. Учитывая, что в течение 1920-х гг. номенклатурная система работы с кадрами только начинала складываться, многие ее черты резко отличались от периода «зрелой номенклатуры». Так, если традиционно считается, что человек в рамках номенклатуры не мог сам инициировать свое карьерное выдвижение, то документы 1920-х гг. показывают в ряде случаев обратную тенденцию. Анализ писем А.А. Жданову показывает, что его корреспонденты считали себя вправе не просто просить, но даже и требовать ту или иную должность в аппарате. Причем чаще всего инициировали свое выдвижение либо люди, материально нуждающиеся, либо проштрафившиеся.

Письма демонстрируют достаточно свободные отношения с ответственным секретарем губкома: многие корреспонденты вначале обращаются к нему на «ты» и лишь после этого предлагают познакомиться. «Если ты что-либо подходящее нашёл для моей работы, то телеграфни» – по-свойски обращается к А.А. Жданову из Москвы Ю. Мышкин, также обуславливая свой приезд определенными требованиями: «в Нижегородской области я мог бы проработать 1½ года с тем, чтобы меня потом отпустили учиться в Коммунистическую Академию или в Институт Красной профессуры» [2]. Судя по всему, А.А. Жданов «телеграфнул», потому что вскоре уже Мышкин «телеграфнул» Жданову о своем выезде в Нижний Новгород [2].

Изучение внешних коммуникаций губкома на уровне ответсекретаря показывает, что А.А. Жданов был достаточно доступен для общения даже во время пребывания в столице и даже для не слишком ответственных работников. Бывший председатель Павловского райсоюза М.Г. Чуркин в своём письме напоминает губернскому вождю, как запросто «заходил к тебе и в Москве во время XV партсъезда»; а перед традиционным «комприветом» в конце письма следует пожелание: «Будь здоров!» [3].

Впрочем, далеко не все надеющиеся на помощь ответсека были столь фамильярны. Например, Н.Г. Остроумова (ответственный партийный работник, в 1921–1922 гг. – заведующая женотделом Нижгубкома), попав в середине 1920-х гг. в затруднительную ситуацию, предпочитает действовать через уже ушедшего на повышение В. Молотова. В ее письме от 12/І - 26 г. читаем: «Тов. Молотов! Тяжелые обстоятельства заставляют меня обратиться к Вам за помощью. В течение всей моей долгой работы в партии я не получила ни одного выговора <...>. В настоящий же момент <...> сын мой привлекается судебными властями, а на наше несчастье, мы работаем вместе <...>. Дело это страшно раздуто газетами <...>. Казалось бы партийные органы должны были меня вызвать на объяснение <...>. Ни ячейка, ни горком, ни губком, не вызвали меня <...>. Я заявляю совершенно честно: совесть моя чиста! Сесть же на скамью подсудимых – это равносильно смерти. Сделайте, чтобы наши партийные органы избавили меня от этого тяжелого переживания» [1].

В архиве содержится и ответ В. М. Молотова от 4/ ІІІ - 26 г. (В.М. Молотов: ноябрь 1919 г. – июнь 1920 г. – председатель Нижгубисполкома; 1921–1930 гг. – секретарь ЦК ВКП(б)): «Дорогой тов. Жданов! Направляю к Вам письмо тов. Остроумовой. Я не в курсе дела, о котором она пишет. Но помня ее по своей работе в Нижнем, прошу внимательно отнестись к ее заявлению» [1]. К сожалению, из архивных документов затруднительно сделать вывод об участии А. Жданова в судьбе Н.Г. Остроумовой.

Однако есть материалы, подтверждающие, что в 1920-е годы он заметно отличается от того хрестоматийного образа, который сложился в последние годы благодаря его участию в идеологических кампаниях 1940-х гг. Так, в частности, из приведенного далее документа следует, что он переживал за рабочих, которым пришлось идти пешком 20 км после праздничного собрания и устраивает «выволочку» виновнику в письме от 1/ІІІ-28 г.: «Тов. Ковалевский. В последние месяцы это второе по счёту и по порядку ответственное собрание, когда не были поданы трамваи <...>. Выйдя из театра, я обратил внимание на очередь участников собрания, выстроившихся у остановки. Все трамваи шли в парк. Мне передавали, что некоторые делегаты, полагая, что вагоны поданы для них, пытались садиться. Им предлагали слезть. По приходе домой я немедленно, заподозрив неподачу, решил проверить

<...> Проверка обнаружила <...> невыполнение приказаний. Через 5 минут стали звонить сормовичи, спрашивая, где им губком прикажет ночевать <...> Угостили собранием! <...> Если бы вы, ответственные руководители трамвая, не покрылись бюрократическим жирком, вы <...> должны были остаться до конца собрания и наблюдать за посадкой в вагоны <...> Вы дискредитировали губком тем, что, несмотря на обещание, заставили рабочих переть по морозу всю ночь, рискуя прогулом на следующий день. Это ли не величайшее невнимание к рабочим! Подумали ли вы о том, что если бы не приняли к Вам тех жёстких мер, которые опубликованы, сормовичей и канавинцев с трудом можно было бы затащить на наши межрайонные собрания? <...> Вы должны перенести наказание как подобает большевику, а не брюзжать о яйце без белка и желтка» [2].

Следует заметить, что ответсек губкома действовал столь же решительно, когда был заинтересован в работниках. Тогда даже принадлежность их к другому ведомству не становилась для него преградой. В письме помощника командующего войсками и начальника политического правления МВО Булина от 4/ VI – 26 г. читаем: «Дорогой т. Жданов! Я вынужден просить тебя не возбуждать пред ЦК вопросов о демобилизации военных работников. Пользуясь нашей добротой, ты ведь скоро всех военных ребят демобилизуешь. Я решительно возражаю против метода, который ты усвоил, – сначала избрать на выборную работу <...>, а потом исходя из этого конституционного факта добиваться демобилизации, даже предварительно не сговорившись с ПУокром» [1]. Ответсекретарь умел отвечать на такие претензии: впоследствии костяк окружения А.А. Жданова на всех постах составят те, кто работал с ним в Нижгубкоме.

Впрочем, помимо кадровых вопросов, губком в лице ответственного секретаря был вынужден реагировать и на послания совершенно иного толка. В качестве примера можно привести письмо Умнова (Горрайком) от 13/XI: «Тов. Жданов. В решениях Секретариата Губкома <...> по докладу Госстраха имеется пункт, констатирующий «высокую смертность рогатого скота и лошадей» <...> Крестьянам выгодно получить высокую страховку за лошадь, а потому, чтобы лошадь <...> подохла, они ее перестают кормить и оставляют на произвол судьбы в поле или в лесу <...> беспощадно бьют их. Рассуждают крестьяне примерно так: если продать лошадь, то той цены, которую они получают от Госстраха – им ни кто не даст <...> один крестьянин нарочно загнал лошадь в болотину в лесу – пять дней она была еще живая, а он уже успел получить страховые. Считаю долгом обратить на это обстоятельство внимание» [3].

Зачастую на имя А.А. Жданова приходили весьма курьезные «сигналы». Так, управляющий Верхневолжским районом Центроспирта Черепов 30/I-1928 г. конфиденциально направляет в Нижгубком ВКП(б) письмо следующего содержания: «От директоров заводов вверенного мне района поступают сведения, что розничные лавки, обслуживаемые продавцами – членами партии, часто не производят торговлю целыми днями, благодаря их отзыва на общественную и партийную работу, и граждане, приезжающие за х[лебным]/вином зачастую из далеких деревень, остаются таким порядком недовольны, что вполне понятно. По каждому отдельному случаю Заводоуправлением приходится входить с ходатайством в парторганизации, <...> случаи отрыва всё же продолжают, что, безусловно, не может не отразиться на реализации х/вина. <...>. Управление просит дать местным парторганизациям указания на недопустимость отрыва продавцов-партийцев во время торговли лавок». Реакция губкома последовала через несколько дней – на документе имеется резолюция ответственного секретаря от 10/II-28: «Дать указания на места своим работникам» [4].

Таким образом, внимательный анализ переписки А.А. Жданова позволяет понять не только особенности внешних коммуникаций Нижгубкома во второй половине 1920-х годов, но и отказаться от некоторых устоявшихся стереотипов о жизни и быте партийных работников того времени.

#### *Библиографический список*

1. ГУ ГОПАНО. Ф.1. Оп. 1. Д. 4113.
2. ГУ ГОПАНО. Ф.1. Оп. 1. Д. 5747.
3. ГУ ГОПАНО. Ф.1. Оп. 1. Д. 5751.



## **ОБЪЕКТИВНОСТЬ И АРГУМЕНТАЦИЯ ДОВОДОВ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР КОММУНИКАЦИИ ПОКОЛЕНИЙ**

В настоящее время проблема коммуникации поколений значительно обострилась, особенно между ветеранами, воспитанными в социалистическом советском обществе на идеалах коммунизма, и молодежью, родившейся и воспитанной в рыночном демократическом обществе. Одной из граней водораздела мировоззрений ветеранов и молодежи является оценка истории России в советский период, и в особенности – Великой Отечественной войны. Для ветеранов Великая Отечественная война – это героическая страница истории, любая критика которой кощунственна. Для молодежи – это одно из преступлений сталинского режима против своего народа и народов Европы. Множество искажений истории Великой Отечественной войны, возникших в зарубежной и в отечественной литературе углубляют этот разрыв. Выход видится в формировании у молодежи культуры научной работы, в особенности умения критического восприятия и сопоставления источников.

Примером, иллюстрирующим необходимость сопоставления данных, полученных из различных источников, является история советских оборонительных сооружений, построенных в 1930-е годы. Согласно распространенной в публицистической литературе версии, укрепления, построенные в 1932-1937 гг. (так называемая линия Сталина) были уничтожены в 1939 г., взамен их начали строить укрепления на новой границе СССР, сместившейся на запад (линия Молотова), однако до начала Великой Отечественной войны их строительство не было завершено.

Основным источником информации о разрушении линии Сталина являются мемуары бывшего генерал-лейтенанта Советской Армии П. Г. Григоренко [1]. Со ссылкой на этот источник ряд исследователей утверждает, что разрушение укреплений является доказательством агрессивности намерений СССР.

Кроме субъективного изложения фактов, как любые мемуары, воспоминания П. Г. Григоренко об уничтожении укреплений просто недостоверны. Изучение его послужного списка показывает, что в 1937 г. он стал слушателем Академии Генерального штаба. По окончании Академии в 1939 г. он был направлен на Дальневосточный фронт, где служил до конца 1943 г. С января 1944 г. до конца войны принимал участие в боевых действиях против немецкой армии. Таким образом, свидетелем разрушения линии Сталина в 1939 г. П. Г. Григоренко не был.

Почему же советские укрепления были взяты немцами? Ответ на этот вопрос можно найти в сходных источниках – немецких и советских донесениях о ходе боевых действий. Например, с немецкой стороны – донесение начальника инженерной службы VI армии полковника Рейхенау командующему армией генералу Гальдеру, с советской – донесение генерал-майора В. П. Понеделина командующему Южным фронтом. Оба документа хранятся в Центральном архиве Министерства обороны РФ [2].

Во-первых, большинство укреплений представляли собой ДЗОТы – укрепления из дерева и земли. В 1932–1937 гг. советская промышленность не могла дать достаточного количества материалов для строительства более мощных железобетонных ДОТов. Для разрушения ДЗОТов достаточно нескольких попаданий 105–120-мм снарядов. Немецкая армия располагала артиллерией такого и даже большего калибра, причем тяжелые орудия непосредственно входили в состав немецких пехотных дивизий, которым не приходилось дожидаться прибытия артиллерийских частей из резерва.

Во-вторых, советские части, оборонявшие линию Сталина, опять же из-за недостатка мощностей оборонной промышленности были укомплектованы вооружением не более чем наполовину, причем артиллерией – на 15% от нормы.

В-третьих, не было выполнено главное условие успешной обороны укрепленных районов – полевое заполнение пространств между ними. Дело в том, что укрепрайоны не представляют собой сплошной полосы укреплений. Перед ними и в промежутках должны располагаться полевые узлы обороны, оборудованные в инженерном отношении траншеями, минными и проволочными заграждениями, заполненные пехотой, противотанковой артиллерией и танками. Кроме того, укрепленные районы должны быть прикрыты с воздуха авиацией. Назначение полевого заполнения состоит в том, чтобы заставить противника развернуться в боевой порядок до подхода к укрепленным районам. Мобильные же части (танки и авиация) должны наносить удары по тыловым объектам противника – батареям тяжелой артиллерии, штабам, складам, подходящим резервам. До начала войны Красная армия не была отмобилизована, личного состава не хватало ни для полевого заполнения, ни для обеспечения должной численности гарнизонов укрепленных районов.

Для сравнения, построенные в 1939 г. в дополнение (а не вместо!) линии Сталина укрепления линии Молотова были значительно мощнее. Среди них было больше железобетонных, они были лучше оснащены артиллерией и оборудованы предпольем и полевым заполнением. Однако их строительство до начала Великой Отечественной войны не было завершено. Построенные же укрепления линии Молотова оказывали мощное сопротивление врагу. Некоторые из них (например, укрепления Брестского укрепрайона) держались более недели, ДОТ «Орел», обороняемый группой бойцов численностью 25–27 человек, под командованием лейтенанта И. И. Федорова сражался 12 дней. Упорная оборона Брестского укрепрайона обеспечила длительную жизнеспособность главной твердыни – Брестской крепости.

Наконец, во время войны в Европе немцы приобрели значительный опыт преодоления укреплений противника. Кроме мощной артиллерии, немецкая армия располагала штурмовыми группами, в составе которых были ударная, дымовая, подрывная и огнеметная группы. Наступление штурмовой группы производилось следующим образом. Ударная группа под прикрытием артиллерийского, минометного и пулеметного огня короткими перебежками приближалась к проволочному заграждению перед укреплением, разрезала его и связывала боем гарнизон укрепления. Подрывная группа пробиралась через проделанные проходы к укреплению и разрушала выступающие сооружения – стволы орудий, пулеметы, вентиляционные отверстия, через образовавшиеся разрушения забрасывала гарнизон гранатами. С тыла подбиралась огнеметная группа и выжигала двери укрепления. После этого ударная группа врывается в укрепление и уничтожает гарнизон () [3].

Таким образом, миф об уничтожении советских укреплений до начала Великой Отечественной войны не имеет документальных оснований. Советские укрепления были разрушены в ходе боевых действий вследствие своей слабости, недостаточного вооружения и отсутствия поддержки полевых войск, а также приемов штурма укреплений, отработанных немцами во время войны в Европе. Анализ документов по проблеме разрушения линии Сталина доказывает это. Всестороннее изучение и сопоставление документов поможет снять покров тайны и с других тайн и загадок войны, разоблачить другие мифы, и приведет в конечном итоге, к формированию в сознании нашего народа единого взгляда на историю Великой Отечественной войны. Принципы же критического восприятия и всестороннего анализа и сопоставления исторических источников должны соблюдаться при изучении всех исторических событий и процессов.

#### *Библиографический список*

1. Григоренко, П. Г. В подполье можно встретить только крыс. Воспоминания и размышления / П. Г. Григоренко. – Нью-Йорк: Детинец, 1981. – 274 с.
2. Центральный архив Министерства обороны. Ф. 229. Оп. 61. Д. 131. Л. 78 - 82.

*А.Е. Чайковский*

**СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ  
И ИХ РОЛЬ В ТРАНСЛЯЦИИ ИСТОРИЧЕСКИХ ЗАНИЙ  
В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ  
(НА МАТЕРИАЛАХ ЖУРНАЛА «СМЕНА»)**

Всё дальше уходят в прошлое суровые военные годы, всё меньше остаётся живых свидетелей этого героического периода жизни народов нашей Родины, и всё значимее становятся свидетельства массового героизма уходящих поколений.

Как влияло обращение печатных органов рассматриваемого периода к славным страницам отечественной истории на усиление патриотического настроения населения? Какое значение для формирования гражданина-патриота имело обращение масс-медиа к культурному наследию? Отвечая на эти вопросы, прежде всего следует помнить о том, что это был исключительный этап жизни страны. Казалось бы, не до высоких материй, не до проблем эстетики. Но в том то и дело, что именно тогда проблемам исторического наследия, культуры уделялось исключительное внимание. На страницах газет и журналов выступали известные писатели, художники, композиторы, которые, адресуя читателя к славным страницам прошлого нашей Отчизны, создавали замечательный эмоциональный настрой в обществе, помогая преодолевать, казалось бы, невыносимые испытания.

В журнале «Смена» существовала специальная рубрика «Беседы с читателями». В ней, как правило, выступали выдающиеся деятели культуры. Так, в № 20 за 1943 год о своей работе рассказал Д.Д. Шостакович. Он прекрасно выразил мысль о значении искусства в деле воспитания человека и гражданина в этот тяжёлый период: «...Есть такое крылатое выражение: «Когда грохочут пушки, тогда молчат музы». Это справедливо относится к тем пушкам, которые своим грохотом подавляют жизнь, радость, счастье, культуру. Наши писатели, художники, музыканты во время Великой отечественной войны работают много, напряжённо и плодотворно, потому что их творчество вооружено самыми передовыми идеями нашей эпохи. И когда грохочут пушки, поднимают свой могучий голос наши музы. Никогда и никому не удастся выбить пера из наших рук».

Представители разных видов искусства, обращаясь к героическим страницам прошлого, подчёркивали, что наш народ неизменно выходил победителем из всех испытаний. Карикатуристы Кукрыниксы (Михаил Куприянов, Порфирий Крылов, Николай Соколов), высмеивая захватчиков, обращались к исторически примерам из Отечественной войны 1812 года. А.Н. Толстой приоткрывал завесу над новыми страницами третьей части романа «Петр I» и пьесы об Иване Грозном [1]. И эти примеры можно продолжить.

Большое внимание уделялось на страницах журнала формированию чувства любви к родному языку и русской литературе. Ведущие специалисты-филологи обращались к читателю со страниц газет и журналов. В «Смене» для этого существовала специальная рубрика «Круг чтения». В ней известные литературоведы, обращаясь к истории русского языка и литературы, говорят о значении их для развития мировой культуры, вызывая у читателя гордость за свою страну. Так, доктор филологических наук С.Ю. Дурылин рассказывает об оценке русской литературы Проспером Мериме: «Ваша поэзия ищет, прежде всего, правды, а красота потом является сама собой». Автор статьи в «Смене» подчёркивает, что Флобер, Доде, Гонкуры, Мопассан испытывали благодарное изумление при ближайшем знакомстве с русской литературой. Тургенев открыл для них новый мир: русскую природу, русского крестьянина, русскую женщину. После смерти Тургенева английский журнал «The Atheneum» писал: «Европа единодушно дала Тургеневу первое место в современной литературе». Флобер писал о Л.Н. Толстом: «Какой художник и какой психолог!».

Приведя все эти высказывания, С. Дурынин пишет: «Русский читатель должен глубже проникнуть в сокровищницу русской литературы. Он должен идти туда с пристальным вниманием, ища драгоценностей, оставленных в тени. Русские поэты должны занять видное место в кругу чтения нашей молодёжи» [2].

Автор статьи утверждает: «Нашей молодёжи надо учиться у Пушкина, Л.Толстого, Лескова, Даля этой горячей любви к народной словесности, – её следует включить в круг своего постоянного чтения этот цветник – такой богатый, такой обильный, такой многоцветный, какого нет ни у одного из европейских народов» [3].

И хотя шла жестокая война, народ напрягал все силы для достижения Победы, журнал всё же упрекает своих молодых читателей: «У нас мало читают и плохо знают поэтов ХУШ века. М.В. Ломоносов и Г.Р. Державин более чтимые имена, чем читаемые» [4]. Много внимания уделяется в журнале шедеврам русской живописи и великим русским художникам. Например, публикуется обширная статья академика И.Э. Грабаря к столетию со дня рождения И.Е. Репина «Гениальный живописец», в которой выдающийся ученик гениального учителя рассказывает о Репине – художнике и гражданине [5].

Нередко помещались репродукции картин известных русских художников, которые запечатлели героические страницы в истории нашего народа. Так, в № 11-12 за 1944 год целый разворот отведён под картины В.И.Сурикова «Переход Суворова через Альпы», А.И. Коцебу «Занятие Берлина русскими войсками (1760 г.)», здесь же помещена старинная гравюра «Въезд союзных войск в Париж» и «Сражение под Лейпцигом» Жерара Грин Бейра. Они служат иллюстрациями к заметке А. Шишко об истории побед русского оружия [6]. Круг подобных примеров можно было бы значительно расширить и разнообразить, однако уже и приведённые позволяют сделать вывод о том, что в тяжёлейшие для страны военные годы вопросы формирования гражданина и патриота были в центре внимания государства.

На взгляд автора, это одна из причин того, что в годы испытаний народ жил и сражался как единый организм. Это позволило преодолеть великое лихолетье.

Наша страна переживает не лучшие времена. Теперь требуется единство, действий, осознание себя как единого целого. Это даётся лишь тогда, когда каждый идентифицирует себя как составную часть нации. А это чувство единства, в свою очередь, формируется в процессе изучения истории Отчества.

#### *Библиографический список*

1. Смена. 1944. № 4. С. 15.
2. Смена. 1944. № 19-20. С. 14 - 15.
3. Смена. 1944. № 19-20. С. 14 - 15.
4. Смена. 1944. № 19-20. С. 12.
5. Смена. 1945. № 7. С. 14 - 15.
6. Смена. 1944. № 11-12. С. 14 - 15.

*Д.М. Дегтев*

#### **СОВЕТСКИЕ СМИ И ИЗМЕНЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В ИЮНЕ – АВГУСТЕ 1941 г.**

Благодаря советским фильмам и книгам в массовом сознании укрепился миф о том, что начало Великой Отечественной войны было воспринято советскими гражданами как трагическое и в то же время неожиданное событие. Как будто с первого дня все знали, что война продлится четыре года и унесет миллионы жизней. Фактически все обстояло несколько иначе. Несмотря на неистовство сталинской пропагандистской машины, убеждавшей народ, что войны не будет и «все это слухи, распространяемые империалистами», люди за годы советской власти научились распознавать сигналы сверху и читать между строк. О приближении войны знали и к ней

готовились. В этом плане характерны записи в дневнике профессора Николая Добротвора – интереснейшего документа времен войны:

*«19 июня. Четверг. Горький.*

*Отпуск приближается. Но как, куда ехать. События нарастают. Очень пахнет войной, можно сказать, разразится на днях. А так хочется отдохнуть. Устал чрезвычайно.*

*20 июня Пятница.*

*Крутится, вертится жизнь. Нет сейчас в ней устойчивой точки. Завтра же могут быть такие изменения, которые все сломают, взорвут любовь, посеют ненависть, разрушат надежды, раздавят цветы радости... Газета «Правда» от 19.06.41 г. Передовая «Правды» названа «Летний отдых трудящихся». А будем ли мы отдыхать в этом году? Погода легла на летний курс. Тепло. Наконец-то.» [1].*

В первые дни войны мало кто в СССР думал, что война примет столь драматичный для страны оборот. *«И линкоры пойдут, и пехота пойдет!»* – пелось в предвоенных песнях. На парадах и в киножурналах люди видели тучи самолетов, грозные стволы сотен орудий и лязгающие гусеницами многобашенные танки. Настроение народа опять же хорошо отражает дневник профессора Николая Добротвора:

*«22 июня. Воскресенье. 1-й день советс-герм. войны.*

*Величайший исторический день! В 2 часа дня нарком иностранных дел и зам. Председателя СНК СССР т. Молотов выступил с сообщением... Когда я об этом узнал, то ничего не мог делать, мысль только о войне. Эту войну мы ждали. Она – не неожиданность. И все-таки, как-то не верится, что уже война...*

*23 июня. Понедельник. 2-й день сов.-герм. войны.*

*...Опубликована наша первая военная сводка. На фронте от Балтийского до Черного моря мы сдержали натиск германских полчищ. Германские войска заняли 3 селения, углубившись на 10 – 15 км от границы. Мы сбили 65 немецких самолетов...*

*24 июня. Вторник. 3-й день войны.*

*Как во сне жизнь. Прямо не верится, что война. Да еще какая! Какой никогда не бывало в мире... У всех полная уверенность, что мы победим. Не можем не победить».*

Однако оптимистическое настроение народа стало несколько падать 25 июня, когда скупая сводка Совинформбюро – главного органа СМИ в годы войны – сообщило о прорыве немцев на Вильно. А это уже не «три селения на границе». Тон дневниковых записей Добротвора сразу меняется: *«А как с Ковно, как с Гродно? Об этом ни слова. Сводка очень неопределенна. Это крайне нервирует...».*

В отдаленных районах сразу же стали распространяться всякого рода слухи. К примеру, в деревнях Лукояновского района появились сведения, что областной центр уже подвергается бомбардировкам и готовится немецкий налет на г. Лукоянов.

Слухи генерировали настроение населения и в г. Горьком. В частности, на ГАЗе 24 июня прошел слух о том, что Красная армия уже заняла Варшаву, а также о том, что Япония объявила войну СССР и уже захватила Хабаровск.

Нехватка информации из советских СМИ иногда компенсировалась и вовсе неожиданным образом. Так, в ночь на 22 июля в г. Дзержинске неопытная подсобная работница городского радиоузла по ошибке включила в городскую сеть германскую радиопередачу, транслировавшуюся на русском языке. В итоге жители всю ночь слушали про победы Вермахта и безнадёжное положение Советского Союза. В следующие дни многие люди, проникшись нацистской пропагандой, стали живо обсуждать новости и предрекать скорый конец советской власти. Неслучайно 23 июля горкомы и райкомы партии получили секретное распоряжение «О работе радиоузлов и коллективном слушании радио» [2]. Радиоприемник был фактически доведен до статуса объекта стратегической важности.

Советская пропаганда впервые месяцы войны столкнулась с еще одной проблемой. В 20– 30-е годы народу постоянно внушали, что главные враги СССР – это империалисты Англии, Франции и США, а во время гражданской войны в Испании в список противников попали так же Италия и Германия. После заключения пакта Молотова - Риббентропа критика

фашизма полностью прекратилась. И тут такой поворот: «фашисты» – наши лютые враги, а «капиталисты» Англии и США, наоборот, – лучшие друзья. Даже журналисты не смогли сразу перестроиться. К примеру, газета «Городецкая правда» 25 июля напечатала в одной из статей: *«Ребята знают от взрослых, что значит капиталисты и фашисты. Это изверги, людоеды...»*. Однако начальству эта формулировка показалась не отвечающей «современной международной обстановке», т.е. фашисты, может и людоеды, а капиталисты, это, смотря какие.

Хотя в первые полтора месяца войны многие жители страны уже начали понимать, что дело плохо, у большинства еще была надежда на скорый перелом. Казалось, что Красная армия вот-вот остановит врага и погонит его в Европу, что отступление – это все лишь временное недоразумение. Но в начале августа и до оптимистов стало постепенно доходить, что война развивается не так, как пелось в предвоенных песнях. Н.М. Добротвор 11 августа записал в дневнике: *«...Почему немцы все же наступают? Где наша сила? Ведь Гитлер – мелюзга сволочная, но почему же за него умирают немцы?»* По дороге домой профессор встретил писателя Н.И. Кочина. Тот недоумевал: *«В чем дело? Почему мы отступаем?»*. Недавно последний был в деревне, и там колхозники тоже поставили его в тупик своими вопросами: *«Почему был лозунг бить врага на его территории, а он не осуществляется? Согласно марксизму немцы не должны идти против страны социализма, а почему идут и всячески издеваются над нами?»* [3]. Подобные вопросы в те дни, вероятно, задавали себе миллионы россиян.

Между тем сводки Совинформбюро всячески скрывая общее положение дел, раздували мелкие подробности. В этом отношении характерно высказывание двух студентов во время очередной радиопередачи: *«Ну, опять будут сообщать, что захватили 100 велосипедов»*. На это же обращал внимание и профессор Добротвор: *«Наши информсводки почти не слушают. Они, надо сказать, возмутительно плохо составляются...Мы, положим, отдали Орел или Мариуполь, об этом больше ничего, а дальше описываются подробно действия какого-нибудь партизанского отряда (убили 2 немцев) и т.д.»* [4].

Переломным днем в восприятии жителями Советского Союза войны, безусловно, стало 14 августа. Именно тогда вся страна вдруг узнала, что немцы заняли Смоленск. Именно в этот момент в середине августа 1941 г. многие отчетливо поняли, что советская власть на грани краха. Углубление кризиса подтверждалось все большим наплывом в тыловые районы раненых, ухудшением ситуации с продовольствием и ростом цен, а также начавшимися бомбардировками городов, которые еще вчера казались недостижимыми для авиации.

Таким образом, реальное осознание всей трагичности и драматизма ситуации пришло только через два месяца после начала войны.

#### **Библиографический список**

1. Забвению не подлежит: страницы нижегородской истории (1941–1945 годы). Кн. 3. – Н. Новгород, 1995. С. 512.
2. ГОПАНО. Ф. 3. Оп. 1. Д. 2104. Л. 112.
3. ГОПАНО. Ф. 1930. Оп. 3. Д. 39. Л. 12.
4. ГОПАНО. Ф. 3. Оп. 1. Д. 2073. Л. 222 – 223.

**М.Н. Добротвор**

#### **РАЗМЕЩЕНИЕ ЭВАКУИРОВАННЫХ В ГОРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТИ В ВОЕННОМ 1941 ГОДУ**

Роковые дни Красной армии и захвата фашистской армией огромных территория Советского союза трагически сказывались на судьбе сотен тысяч людей. Их вынужденная эвакуация летом и осенью 1941 года стала массовой, появилось много неожиданных проблем в решении судеб эвакуированных и принимающих их местных жителей.

В соответствии с решением Совнаркома СССР в Горьковской области было организовано два эвакуационного пункта 1-го класса – в городах Горьком и Арзамасе, для которых были выделены соответствующие помещения, столовая, баня, изоляторы и подобран штат сотрудников.

Эшелоны эвакуированных в районы Горьковской области выгружались на станции «Ветлужская». Она превратилась в распределительный пункт, откуда приезжие выезжали в колхозы и за пределы области [1].

Первыми пребывающими в Горьковскую область летом 1941 года были эшелоны из прифронтовой полосы. Опыта эвакуации еще не было, поспешность объяснялась быстрым наступлением вражеских сил. Эвакуированное население в пути следования терялось и на конечные пункты разгрузки не прибывало. Так, эшелон № 178 должен был иметь в своем составе 1681 человека, а на станцию «Лукоянов» прибыло только 1073 человека. По эшелону № 158 вместо 1389 человек на станцию «Смагино» прибыло лишь 943 человека [2].

Многие, по свидетельству очевидцев, терялись вследствие бомбежек, которым подвергались эшелоны в пути следования к эвакуационным пунктам, но главным образом потери случались из-за плохой организации работы с прибывшим населением.

Крайняя срочность эвакуации приводила к тому, что поезда пребывали без начальников эшелонов и поименных списков. Начальство опасалось, что в Горьковскую область могут просочиться «никем не проверенные люди», в том числе и сбежавшие заключенные. Основания для таких опасений действительно были, поскольку 22 июля в Сталинский район прибыло до 80 человек из трудовой колонии (ранее осужденные), и эвакуационный пункт отказался принять их без предварительной проверки в милиции, а органы милиции не захотели их проверять.

Таким образом, бывшие заключенные оказались предоставлены сами себе, они могли проникнуть на территорию Горьковской области окольными путями, минуя распределители [3].

К моменту прибытия поезда эвакуационный пункт на площадку железной дороги направлял распределителей, в задачу которых входило ознакомление с пунктами следования эвакуированных. Если нужна была пересадка на водный транспорт, то тут же принимались немедленные меры к тому, чтобы все население направить на водный вокзал и обеспечить получение билетов до пункта назначения. Как правило, такая часть эвакуированных в Горьком долго не задерживалась.

Если же эшелон имел специальное обозначение «Пункт следования – Горький», то такому населению на площадке выдавалось направление в один из пунктов, подавалась машина под вещи и машина для транспортировки самих эвакуируемых в одну из приспособленных под ночлег школу. По прибытии в пункт-школу каждый из получивших направление предъявлял имеющиеся у него документы (главным образом – паспорт) и получал талоны на дневное питание и направление в баню [4].

Тем эвакуированным, которых направляли в колхозы, предоставляли работу в сфере сельского хозяйства. Во многих колхозах были организованы ясли и детский сад для эвакуированных, чтобы они не отвлекали родителей от работы, и это в скором времени дало результаты: рабочий план выполняли на 150 и на 200%. Тех, кто работает, колхоз обеспечивал питанием [5].

Эвакуированные жены военнослужащих получали пособия или из Райвоенкомата – по 137 рублей на каждого члена семьи, или же причитающуюся зарплату по аттестатам. Их устраивали на работу в качестве медсестер и санитарок.

В тяжелое время оборонительных боёв за Москву в сентябре-октябре 1941 года пришлось организовывать выезд и москвичей. Мосгорисполкому для эвакуации населения Москвы было выделено 10 районов Горьковской области, в которых была проведена необходимая подготовка к размещению эвакуированных. Организацией питания прибывших занимались эвакуационные комиссии. С начала прибытия все эвакуированные свыше 10 дней питались бесплатно. Затем дифференцированно подошли к каждой семье с тем, чтобы установить не нуждающихся в бесплатном питании, и многие с этого питания были сняты [6].

В Горьковскую область эвакуировалось множество детских учреждений: детские сады, детские дома, пионерские лагеря. Только за неполные три месяца эвакуации прибыли 19 эшелонов из Москвы, два из Белоруссии, три из Карело-Финской ССР, один из Литвы, один из Латвии, два сводных эшелона из разных городов СССР. Всего, по авторскому подсчёту, 3197 человек. Самое большое количество – 650 человек находилось в пионерлагере комбината газеты «Правда» (г. Москва), которые были размещены в бывшем доме отдыха в Васильсурске Воротынского района [7].

Вот как, например, происходило размещение эвакуированных в Красно-Баковском районе. Там были размещены дети и жёны работников аппарата Исполкома Коминтерна (ИККИ) и детей политэмигрантов. Им предоставили лучшее в районе место – дом отдыха «Лесной курорт». Дом отдыха, рассчитанный на 450 человек взрослых отдыхающих, имел четыре больших здания, большую столовую, дома для обслуживающего персонала, подсобное хозяйство. Приблизительно приехало 750–760 человек: 180 матерей, 150 человек обслуживающего персонала, остальные – дети от грудного возраста и до 14–15 лет [8].

Таким образом, Горьковская область в военном 1941 году стала приютом для сотен эвакуированных. Как сложилась их судьба – неизвестно. Но, полагаю, пребывание в Горьковском – Нижегородском крае определённым образом сказалось на их жизнеустройстве в будущем.

#### ***Библиографический список***

1. ГУ ГОПАНО. Ф. 3 «Великая Отечественная война». Оп. 1. Д. 2409. Л. 53.
2. Там же. Л. 56.
3. Там же. Л. 70.
4. Там же. Л. 66.
5. Там же. Л. 87.
6. Там же. Л. 58.
7. Там же. Л. 163-165.
8. Там же. Л. 32

***М.И. Чупрова***

#### **ЛЕСОУЧАСТОК: КОМУ ВОЙНА, А КОМУ МАТЬ РОДНА (ПО МАТЕРИАЛАМ УСТЬ-ЦИЛЕМСКОГО РАЙОННОГО АРХИВА РЕСПУБЛИКИ КОМИ)**

В низовьях Печоры государственные угодья ещё с XVIII века были активными поставщиками леса для России. Если внимательно изучить карту местности, то мы видим, что небольшие лесные участки, 8–10 км, расположены между болот. Чтобы доставить лес к месту назначения, необходимо прокладывать дороги. Работа в лесу очень трудоёмкая, орудия труда примитивные: топоры, двуручные и лучковые пилы. Лес карзают, т.е. обрубаят сучья и вершинки, затем вывозят лошадьми на берег реки. Весной его сплавляют до Печоры, в устья рек, вылавливают и делают плотку, т.е. плоты, и затем отправляют вниз по Печоре до Нарьян-Мара. В мирное время валят, сплавливают и сплавляют лес мужчины. Но в период тяжких испытаний 1941–1945 гг. весь тяжёлый труд пришёлся на хрупкие плечи женщин, подростков и стариков.

Мы постараемся проследить по книгам приказов 1942–1945 гг. трудности работы на лесоучастках в низовьях Печоры во время военного лихолетья. Для исследовательской работы были использованы материалы районного архива.

Лесоучастки Усть-Цилемского леспромпхоза Наркомлеса Коми АССР располагались по рекам Пижма, Нерица, Тобыш, Низёвая. Лесоучастки по мере выработки закрывались и открывались новые. В 1942–1943 гг. лесоучастки были в местечках Выдера, Тобыш, Низёвая, Бугаево, Старцевая клетка. Имелось подсобное хозяйство Барашки, там же был открыт детский



сад для детей работников хозяйства. На Барашках выращивались все необходимые сельхозкультуры как для людей, так и для скота. Люди занимались ловлей рыбы. Невода и сети в апреле-мае плели женщины по договору из своих нитей.

Но не всегда была хорошая погода. Так, в 1943 году на Барашках не выросли капуста, картофель, овёс, было испорчено 800 кг рыбы. Начальнику подсобного хозяйства был объявлен выговор. За неспособность к руководству он был переведён в рабочие [1].

На лесоучастках должны были собирать и ягоды. В приказе № 190 от 12 октября 1942 г. говорится о том, что «за безответственное отношение к заготовке плодов шиповника и высылке в ЛПХ погодного отчёта о сборе, сдаче сельпо шиповника объездчикам и леснику» объявлен выговор. «Обязать всю охрану и всех заведующих лесоучастками ... до наступления заморозков максимально развернуть сборы ягод шиповника, полностью используя всех членов семьи рабочих и служащих участков и охраны»[2].

В 1942 году с уходом мужчин на фронт вся работа перекладывается на плечи женщин. Так, из 16 рубщиков было 5 женщин, из 9 возчиков – 2 женщины. С 1943 года возчиками становятся подростки, на лошадях вывозят к берегу реки брёвна. Подростки и карзали деревья, и выполняли вспомогательные работы: лопатами очищали от снега деревья, заготавливали вицы, убирали сучья. Так, по воспоминаниям, с 13-14 лет девочки уже работали на участках, бродили по пояс в снегу, выводя лошадей с брёвнами на дорогу.

Происходила мобилизация колхозной молодёжи, которая направлялись на лесоучастки на два месяца для помощи лесхозу. В приказах говорится об исключительном внимании со стороны руководителей в обучении их к производству и бригадным методам работ. Каждый должен выполнить в месяц рубки 30 кубометров. Эта норма распространялась на всех. Вспоминали, что не щадили ни стариков, ни молодых. Многие не могли выполнить нормы. Да и как представить, что подросток может срубить 60 деревьев за месяц, обрубить сучья, вывезти брёвна к берегу реки! За невыполнение нормы наказывали урезанием хлебного пайка с 800 до 600 гр. Вспоминали, что было голодно, постоянно хотелось есть. На многих лесоучастках бригадиры ставили рабочих на те работы, которые были им по силам. И зачастую норму за слабого работника выполнял более сильный рабочий. За невыполнение норм наказывали бригадиров.

Несмотря на наказания, нормы выполнить не могли. Так, согласно декабрьскому приказу 1942 г., по выполнению плана заготовок на лесоучастке Низёвая план выполнен на 54%, по вывозке – 38,9%. Рабочих – 100 человек, лошадей – 40. Причина была в «неправильной расстановке людей и отсутствие контроля». Постоянных кадров – 15 чел., но на основной работе лишь 4 человека, остальные 11 – на второстепенных. Частая смена возчиков приводит к истощению лошадей. К 1943 году из 6 человек ответственных по рубке, двое мужчин, из пяти бригадиров возчиков – всего один мужчина [3].

После проверок лесоучастков осенью 1943 года появляется приказ, где установлен новый распорядок дня «в целях использования дневного света»:

1. Подъём – 5 ч.
2. Выезд – 6 ч.
3. Перерыв на закуску – 11<sup>30</sup> до 12 ч. – возчикам.
4. Перерыв на закуску – 11<sup>40</sup> до 12 ч. – рубчикам.
5. Окончание – 17 часов.
6. Открытие магазина – 17<sup>30</sup> [4].

В связи с нерентабельностью лесопункта, так как лес в округе на 8 км вырублен, его закрывали и открывали другой. Например, в 1943 г. Бугаевский лесопункт закрыт, вместо него создан Крестовский лесопункт на реке Чурве. Для этого надо было провести подготовительные работы. Бригада из 10 человек должна была:

1. Построить барак – землянку на 50 человек, размером 18 на 9 метров к 15 сентября.
2. Перевезти барак на 40 человек до 20 сентября.
3. Построить помещение 9 на 6 метров под продуктовый склад и ларёк до 25 сентября.
4. Построить баню 7,5 на 4 метра до 1 сент.
5. Построить конюшню на 50 лошадей до 10 окт.

6. Построить трассу протяжённостью 4 км.
7. Выделить по лесорубу для участка на реке Устьянка [5].

Не все могли выдержать адский труд. Были случаи, когда мобилизованные рабочие сбегали. В приказе говорится, что «мобилизованные на сплавные работы в участке Самоедское сдесертировали (в количестве 10 человек) 5 июля», просьба нарсуд привлечь к государственной ответственности [6].

Поразителен вот какой факт. Даже во время войны начальство умудрялось обделять и обворовывать рабочих. В приказах говорится, что рабочие спецодеждой не снабжены, она была отдана «административному персоналу», сезонникам спецодежды нет [7].

На некоторых лесоучастках начальники занимались приписками, да так, что не могли сдать лес в Нарьян-Мар. Одного из объездчиков освободили от должности за халатное отношение: жульничество и обман колхозников при исполнении служебных обязанностей. Получая средства за поимку аварийной древесины, присваивал их себе, а объяснил тем, что потерял корешки квитанций. Дело было передано в суд [8].

На лесоучастке Низёвая 12 декабря 1944 г. была проверка бухгалтерии:

1. Начальник лесопункта взял себе и двум другим гражданам аванс в счёт будущей зарплаты.
2. Счетовод-кассир подделывал хлебные карточки, присваивая себе чужие карточки на сумму 1565 руб. и 30 пятидневных хлебных талонов по 700 гр. хлеба, 20 таких же талонов по 600 гр. хлеба, т.о. присвоил 165 кг хлеба.
3. Присваивались месячные карточки по 700 гр. хлеба (т.е. 21 кг) и продукты на месяц, а также по 1-2 карточки детских, а в ведомости писалось больше. За воровство дело передали в следственные органы для привлечения к строжайшей уголовной ответственности. Остальным – возместить всё присвоенное в течение суток [9].

Приказом № 110 от 28 июля 1944 г. август объявлен фронтовым месячником по окончательному завершению всех сплавных работ, учитывая время сенокоса, а дальше и уборочную кампанию [10].

В 1945 году появляется новый лесоучасток – Замшевый завод. Но это совпало с окончанием войны, когда стали возвращаться мужики. В 1945 году в апреле-мае в приказах говорится о премиях за перевыполнение плана начальникам лесопунктов, а рабочим о дополнительных пайках. Жизнь возвращалась в мирное русло.

Исследуя книги приказов 1942–1945 гг., за сухими строчками приказов и отчётов мы видим отдельные судьбы людей, со своими проблемами, трудностями и переживаниями. Адский труд простых людей, с одной стороны, а с другой, – и воровство отдельного начальства, и его «баловство с бабами». Но не все пользовались своим положением. Некоторые жалели людей, отправляя мобилизованных женщин с детьми обратно домой, за что получали выговор. Были и абсурдные приказы, где говорилось о сроках обучения быков. За десять дней те должны были быть обучены возить навоз на поля.

Накладывали штрафы за использование лошадей в личных целях: должен начальник заплатить десять конодней за вынужденный прогул, за «допущение ненормальной верховой езды». На спине лошади образовались отёки. Для лечения лошади её оставили на десять дней, «что выражается вынужденным прогулом» [11].

По приказам чётко прослеживается напряжённый ритм работы всего леспромхоза. Личность человека скрыта за скупыми строками приказов. Но в тех же приказах читаем о жутких бытовых условиях, скудных хлебных пайках, вшивости и дизентерии. Благодаря трудовому героизму на пределе человеческих сил страна одержала Великую победу.

#### *Библиографический список*

1. Архивный отдел администрации МО «Усть-Цилемский район». Книга приказов по Усть-Цилемскому леспромхозу Наркомлес Коми АССР. Приказ № 13 от 24 августа 1943 г.
2. Там же. Приказ № 190 от 12 октября 1942 г.
3. Там же. Приказ № 193 от 12 декабря 1942 г.
4. Там же. Приказ № 193 от 12 декабря 1942 г.

5. Там же. Приказ от 24 августа 1943 г.
6. Там же. Приказ № 99 от 10 июля 1944 г.
7. Там же. Приказ от 12 декабря 1942 г.
8. Там же. Приказ № 12 от 16 августа 1943 г.
9. Там же. Приказ от 12 декабря 1944 г.
10. Там же. Приказ № 110 от 28 июля 1944 г.
11. Там же. Приказ от 3 ноября 1943 г.

*Н.А. Кубасов*

## **МУЗЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ В ИССЛЕДОВАНИИ ИСТОРИИ СОВЕТСКОГО ГОРОДА 1960-1970 гг.**

В последние десятилетия заметно вырос интерес специалистов к истории российских городов XVII–XIX вв. В то же время подобных исследований, написанных на материалах XX века, намного меньше.

С древних времен город для людей считался оплотом уверенности в завтрашнем дне. С момента своего возникновения города являлись центрами экономического, политического и социального развития общества.

В работе по данной проблематике представляется наиболее интересным анализ истории советского города 1960-70-х гг., рассматриваемый через призму музеев, существовавших в этот период. В данном исследовании используется нетрадиционный подход для такого рода исследований – метод ретроспективного анализа: предлагается рассмотреть ключевые моменты в истории советского города, сохраненные в музеях Нижнего Новгорода, которые являются хранителями развития народного хозяйства и культуры города.

В исследовании данной проблематики используется один из видов классификации музеев, который носит профильный характер, то есть исторические музеи, технические, научные и т.д. Эта классификация по профилю отражает связь музеев с определенной отраслью научного знания, производственной деятельности, видом искусства. Профиль музея определяет состав коллекций, тематику экспозиций, содержание научных исследований и оказывает влияние на все направления музейной деятельности. Все музеи разделяются на профильные группы, внутри которых можно выделить более узкую специализацию – вплоть до музеев одного объекта.

Изучение истории советского города через призму музеев позволяет рассматривать не только музейные коллекции, но и музей в целом как определенное культурное пространство, в качестве важнейшего элемента изучения прошлого данного локального сообщества. При этом автор ориентируется на принцип «понимающей» истории. В этом представлении музей важен для исследовательской работы историка не только своими музейными собраниями, музейными предметами и экспозициями как молчаливыми свидетельствами старины, но и данными о развитии промышленности, экономики, науки и культуры.

Музей – это своеобразный инструмент коммуникации, который находится в динамичной связи со временем – прошлым и настоящим. Через музей, его собрания и работу его сотрудников осуществляется живой диалог времен, актуализируются источники в современном поле культуры, проявляется столкновение и взаимодействие методологических парадигм в гуманитарной науке и жизненном стиле. Рассматривая музей в качестве своеобразного комплекса источников истории повседневной жизни и истории культуры, исследователю необходимо обращаться к музееведческой литературе. Анализ этих источников в диалоговом режиме предполагает участие в этом разговоре самих работников музеев. Их научные взгляды, самосознание, позиционирование в социокультурной жизни находят отражение в работе, будь то структура, сбор и сохранность фондов, каталогизация музейных предметов, концепция экспозиции, характер экскурсионной деятельности, научные публикации.

Следует также отметить малую исследованность специфики толкования и интерпретации источника под воздействием экспозиционного проектирования при изучении социокультурных

проблем истории советского города. Представляется, что для научно-исследовательской практики исследователя музеев интересен не только фондами, хранилищами, но и экспозицией.

Реализация метода ретроспективного анализа предполагает широкое использование возможностей музея. В силу того, что социальная сторона жизни отдельных людей, их повседневность, картина мира в письменных источниках по истории советского города отражена очень расплывчато, то важнейшим для изучения микросоциальной, культурной истории становится анализ визуальных остатков культурного прошлого. Более того, долгое время данные источники в исторических исследованиях использовались исключительно в качестве иллюстрации. Поэтому с точки зрения исследования, наиболее актуальной является проблема получения социальной и исторической информации из визуальных, вещественных источников, а также с тем, чтобы музейные предметы вступили в диалог с современным исследователем.

Так, изучая фонды музеев ОАО "ГАЗ", "Красный якорь" и других можно не только построить целостную картину промышленности города, но и показать степень подготовки специалистов. Также изучая фонды музеев высших учебных заведений, можно сделать выводы о том, какие специалисты требовались городу и для каких предприятий они готовились, а также на каком уровне была их подготовка. Таким образом, можно заключить, что при рассмотрении одной из сфер жизни города мы непосредственно затрагиваем другие сферы жизни советского города.

Официально на сегодня в Нижнем Новгороде действуют 14 музеев (вместе с филиалами), два из них – муниципальные, не считая музеев различных предприятий, вузов и т.д., которые дают возможность охватить все стороны жизни советского города 1960–70-х гг.

Таким образом, мы рассматриваем музей как важный инструмент исторического исследования и, одновременно, как субъект науки, влияющий на новые подходы в изучении истории советского города. Более того, подобная исследовательская работа имеет серьезное значение для перспективного развития самого музея как в научном, так и в практическом смысле.

#### ***Библиографический список***

1. Нижегородский музей. 2006. № 7-8.
2. Нижегородский музей. 2006. № 9-10.
3. Нижегородский музей. 2008. №16.
4. Нижегородский музей. 2009. №17.
5. Россия и Нижегородский край: актуальные проблемы истории: материалы чтений памяти Н.М. Добротвора. – Н. Новгород, 24-25 апреля 1997.

*А.А. Зубков, Д.Г. Максимова*

### **СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОАО «ГАЗ» В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

В годы реформирования экономики ОАО «ГАЗ» сумел выработать правильную стратегию развития. Ориентация на запросы конкретного потребителя, постоянное обновление модельного ряда автомобилей, совершенствование системы качества продукции, основательное изучение автомобильного рынка России и Зарубежья, интеграция в мировую экономическую систему – вот те принципы, по которым работало акционерное общество в 1990-е гг.

Начиная с 1995 года, акционерное общество «ГАЗ» ежегодно наращивало темпы и объемы производства товарной продукции в среднем на 10%. Выпуск продукции за пять лет увеличился на 17%, объем товарной продукции вырос на 58%. В 1998 году «ГАЗ» произвел 222 494 тыс. автомобилей.

Основная концепция развития ОАО «ГАЗ» в 90-е годы предусматривала постоянное наращивание объемов производства и освоение новых моделей автомобилей.

Одним из важнейших направлений развития ОАО «ГАЗ» являлась стратегия создания поставщиков комплектующих в Нижегородском регионе. При этом предполагалось, что ОАО «ГАЗ» постепенно должен превратиться в современное автосборочное предприятие, интегрированное в систему мирового автомобилестроения, с развитой сетью кооперированных поставок автомобильных компонентов и материалов со специализированных предприятий и широкой сетью сбыта и послепродажного обслуживания. Эта программа получила название «Российский Детройт». За рассматриваемое пятилетие число сотрудничающих с заводом предприятий выросло в десять раз. За период с 1995 по 1998 гг. 194 нижегородских предприятия освоили более 100 наименований автомобильных компонентов.

Кроме того, для объединения усилий технических и финансовых партнеров в 1995 году по инициативе ОАО «ГАЗ» была создана финансово-промышленная группа «Нижегородские автомобили».

Следует отметить, что акционерное общество «ГАЗ» в условиях рыночной экономики всегда рассчитывало на свои собственные силы и самостоятельно находило дополнительные источники финансирования для развития производства, совершенствования и обновления технологий. Поиски денежных средств ОАО «ГАЗ» начал с составления бизнес-планов, проведения аудита по западной методике, активного сотрудничества с зарубежными инвесторами, ведущими банками, консалтинговыми фирмами: EBRD, «KPMG», «Credit Suisse First Boston» и другими.

С 1995 года на ОАО «ГАЗ» внедрена система формирования внутреннего бюджета предприятия. За рассматриваемое пятилетие были воплощены в жизнь следующие проекты: осуществлена реализация облигационного жилищного займа, объем эмиссии – 60 млрд руб., выпущены в обращение облигации первого автомобильного займа на общую номинальную стоимость 200 млрд руб., подписано кредитное соглашение с ЕБРР на 65 млн долл. для финансирования постановки на производство автомобиля ГАЗ – 3110 «Волга», а также выбран международный аудитор – фирма «KPMG» и финансовый консультант – «Credit Suisse First Boston». На протяжении всех пяти лет акционерное общество работало прибыльно, от его деятельности было получено 7 034 млн руб.

В 1994 году в ОАО «ГАЗ» была создана служба директора по реализации и маркетингу, реализация продукции осуществлялась через широкую сеть дилеров. В 1995 году была выработана программа создания дочерних автосборочных предприятий ОАО «ГАЗ» в отдаленных регионах России и СНГ. За указанный период были созданы 17 автосборочных предприятий.

Рассматривая социальную политику автозавода 1990-х гг., следует отметить, что для успешного развития завода требовались хорошо подготовленные кадры специалистов и рабочих. Поэтому на заводе созданы школы управления для руководителей начального и среднего звена, курсы фирменной подготовки молодых специалистов, курсы резерва и др.

В ОАО «ГАЗ» были созданы весьма эффективные социальные программы по строительству нового жилья для автозаводцев, улучшению быта, разработаны целевые программы: «Жилье для ветеранов и молодых работников предприятия». За пять лет построено 6 домов для ветеранов. Реализована программа строительства по жилищному займу, в соответствии с которой улучшили жилищные условия свыше 2500 семей автозаводцев. Среди наиболее важных социальных объектов, построенных с участием ОАО «ГАЗ» за 1994–1999 гг., следующие: создание негосударственного пенсионного фонда «ГАЗ» (1994 г.), сдача центра социальной реабилитации подростков (1995 г.), открытие после реконструкции автозаводского Дворца бракосочетания, сдача в эксплуатацию жилищного комплекса «IX микрорайон» и открытие сквера имени В.С. Коноваленко, открытие школы в с. Алемаево (Шатковский район), открытие гостиничного комплекса высшего класса «Волна» (1996 г.), сдача 4 жилых домов для ветеранов ОАО «ГАЗ» и молодых семей автозаводцев (1997 г.), открытие центра лазерной коррекции «Визус», открытие церкви св. Татианы, открытие детской стоматологической

поликлиники, открытие школы-интерната № 92 (1998), открытие футбольного стадиона «Пионер», открытие детско-юношеской спортивной школы «Самбо» (1999 г.).

Подводя итог, следует отметить, что накопленный за эти годы опыт по организации производства, наличие производственных мощностей и качественной технической базы, а также высококвалифицированная работа персонала позволили заводу нарастить выпуск автомобильной техники, находя возможность обеспечивать выпуск нужной стране продукции.

*Д.Г. Максимова*

## **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОРЬКОВСКОГО АВТОМОБИЛЬНОГО ЗАВОДА В 90-Е ГГ. XX в.**

ОАО «ГАЗ» – крупнейший автомобильный завод России. История завода начинается с 1930 года и тесно связана с американской компанией «Ford». Автозавод был построен в предельно сжатые сроки, и 29 января 1932 года с конвейера сошел первый грузовик ГАЗ – АА [1]. За годы существования было освоено около 300 различных моделей и модификаций автомобилей, изготовлено свыше 16 миллионов легковых и грузовых машин. Автомобили марки «ГАЗ» известны в 70 странах мира.

В 1990-е гг. в структуру ОАО «ГАЗ» входили 5 крупных заводов, 10 самостоятельных производств, более 100 цехов, мощный строительный комплекс, научно-технический комплекс и испытательный полигон, агропромышленный комбинат, культурно-спортивные сооружения.

ОАО «ГАЗ» специализировался на производстве легких и средних грузовиков, микроавтобусов и легковых автомобилей среднего класса. В сферу деятельности компании входили: производство станков, штампов и пресс-форм, автомобильных узлов и агрегатов, изготовление заготовок из чугуна и стали, цветных металлов, промышленное и гражданское строительство, производство тепловой и электрической энергии, товаров народного потребления. Предприятие имело разветвленную дилерскую сеть с представительствами в 160 городах России и Ближнего зарубежья.

ОАО «ГАЗ» в 1990-е гг. – единственная в России компания, которая одновременно выпускала автомобили столь широкой гаммы. За рассматриваемые годы в несколько раз увеличилось количество моделей и модификаций выпускаемой автомобильной техники. Решающим успехом ОАО «ГАЗ» в 1994 году стало быстрое освоение производства автомобилей семейства «ГАЗель», в то время не имевших аналогов в России.

В 1995 году был реализован второй этап этой программы – освоено производство «ГАЗелей» с цельнометаллическим фургоном (на заводе производилось более 20 модификаций данного семейства).

На базе автомобилей семейства «ГАЗель» более 30 заводов выпускали около 80 модификаций различного назначения и комплектации: для коммунальных служб, с гидроподъемным манипулятором, вышкой с подъемной корзиной, цистерной, автолавки и другие. На базе фургонных модификаций «ГАЗели» выпускались автобусы, автомобили скорой помощи, автомобили для милиции и т.д.

В 1996 году ОАО «ГАЗ» приступил к практической реализации проекта освоения производства семейства дизельных двигателей ГАЗ-560 по лицензии австрийской фирмы «STEIR». Новейшие дизельные двигатели серии ГАЗ-560 с непосредственным впрыском топлива обладали высокими технико-экономическими показателями и соответствовали нормам экологической безопасности ЕВРО-1 и ЕВРО-2. Результаты испытаний первой промышленной партии подтвердили высокие эксплуатационные качества двигателя: надежность, хорошую выносливость в экстремальных температурных условиях зимой и летом.

В сентябре 1998 года началось массовое производство семейства малотоннажных автомобилей «Соболь». С апреля 1999 года – производство его модификации с низкой крышкой – «Баргузин». Гамма автомобилей «Соболь» была адекватна семейству «ГАЗель».

С мая 1997 года автозавод освоил выпуск нового легкового автомобиля среднего класса ГАЗ- 3110 «Волга». Кроме базовой модели, завод наладил выпуск различных модификаций и комплектаций автомобиля, в том числе с гидроусилителем руля, кондиционером и другим оборудованием по выбору потребителя.

В конце 1999 года в ОАО «ГАЗ» была сдана в эксплуатацию первая очередь мощностей для производства нового легкового автомобиля ГАЗ-3111 «Волга». Подготовка к выпуску этого автомобиля велась ускоренными темпами. Минимальные сроки постановки на производство потребовали нетрадиционных подходов к организации этого процесса, в итоге были привлечены самые передовые технологии, использовались производственные мощности других машиностроительных предприятий страны.

В мае 2000 года ОАО «ГАЗ» выпустил 16-миллионный, с момента пуска, завода автомобиль, им стал шестиместный автобус ГАЗ-2217–104 «Соболь – Баргузин».

Следует отметить, что в рассматриваемый период ОАО «ГАЗ» активно развивал кооперационные связи со своими партнерами, в том числе из Поволжского региона, а также с зарубежными производителями. ОАО «ГАЗ» активно сотрудничал в разработке новой продукции с мировыми фирмами. За данное время был реализован ряд совместных проектов с зарубежными партнерами «INGERSOLL – RAND» (производство высококачественного инструмента), «HADEN» (создание окрасочных комплексов), «CZ» (производство турбокомплексов для дизельных двигателей), «BOSH» (производство электрооборудования для автомобилей), «AUTOLIVE» (производство подушки безопасности для легкового автомобиля), «LEAR» (производство сидений). Благодаря целенаправленному поиску внешних рынков сбыта, ОАО «ГАЗ» тесно сотрудничал с ведущими фирмами в таких регионах мира, как Латинская Америка, Ближний и Дальний Восток, Африка, Центральная и Юго–Восточная Азия, Восточная Европа.

Подводя итог, следует отметить, что благодаря проводимой на ОАО «ГАЗ» политике, структура завода стала соответствовать стандартам международной автомобильной корпорации. ОАО «ГАЗ» получил доступ на рынки капитала, а также ускорил процесс интеграции российского автомобильного сектора в мировой автопром. Появилась возможность осуществлять важные для развития завода проекты, в частности, дальнейшую модернизацию и увеличение производства легких коммерческих грузовиков, а также наращивание производства среднетоннажного грузовика и выпуск автомобиля «Волга» с новым интерьером и двигателем.

## Секция 9

---

# ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА СО СТУДЕНТАМИ КОММУНИКАТИВНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ: ПРОБЛЕМЫ И СПЕЦИФИКА

---

*Председатель:* Л.А. Шестакова, доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой «Профессиональная педагогика и психология»

*Заместитель председателя:* Н.А. Чайковская, кандидат психологических наук, доцент кафедры «Профессиональная педагогика и психология»

*Ответственный секретарь:* К. Айсина, студентка ФКТ

*Л.А. Шестакова*

### ВОСПИТАТЕЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Воспитательные процессы и психолого-педагогические аспекты современных социально-технических образовательных систем, которые отличаются большим разнообразием форм и методов работы, необходимо учитывать при исследовании системного социально-технического взаимодействия. Это взаимодействие базируется на отношении «человек-техника», органично включает в себя комплексы «человек-машина» и «человек-среда» и оказывается сегодня востребованным во всех областях жизни, в том числе, в образовательной сфере. Человеческий и технологический фактор активно взаимодействуют между собой, проникая друг в друга, и оказываются взаимосвязанными на всех уровнях. К современным социально-техническим образовательным системам можно отнести все современные образовательные организации и предприятия, деятельность которых регулируется законодательными актами РФ: дошкольные учреждения, школы, средние специальные учебные заведения, вузы, учреждения послевузовского образования и т.д., оснащенные техническими средствами обучения. Техническое оснащение образовательных учреждений необходимо для обеспечения современного учебно-воспитательного процесса и направлено на формирование и развитие учебно-воспитательной деятельности различных профилей.

Для выявления психолого-педагогических аспектов образовательных социально-технических систем необходим комплексный подход. Исследование их представляется необходимым для выявления общих организационных и технологических тенденций их развития. С точки зрения воспитательных стратегий и организации образовательных социально-технических систем можно выделить следующие их психолого-педагогические аспекты:

- технологический аспект;



- организационно-экономический;
- правовой;
- социально-психологический;
- управленческий;
- воспитательно-педагогический.

Технологический аспект отражает уровень развития конкретного образовательного учреждения, особенности используемых в нем техники и технологии, учебно-воспитательные условия для организации учебно-образовательных мероприятий. Организационно-экономический и правовой аспекты содержат в себе вопросы, связанные с организацией учебно-воспитательного процесса, планированием численности и состава работающих преподавателей и воспитателей, моральным и материальным их стимулированием.

Социально-психологический и управленческий аспекты включают в себя социологическое и психологическое обеспечение учебно-воспитательного процесса, вопросы работы с обучающим персоналом, социально-психологическую практику кадровой, учебно-методической и образовательно-воспитательной работы.

Воспитательно-педагогический аспект предполагает решение вопросов, связанных с обучением и развитием преподавательского и ученического коллективов, реализацией определенного комплекса их потребностей, их профессиональным и личностным развитием в учебно-образовательном пространстве.

Воспитательные процессы и психолого-педагогические аспекты современных социально-технических образовательных систем связаны с общей организацией общественной образовательной деятельности и детерминированы включенностью человека в объективно существующие и технически организованные образовательные и воспитательные процессы. Организация образовательных социально-технических систем неизбежно несет в себе все личностные особенности участников учебно-воспитательных процессов и порождает своеобразный, обусловленный личностными особенностями, характер мотивации этой деятельности.

Воспитательные процессы в современных социально-технических образовательных системах органично включаются в целостный процесс их функционирования. Как любая человеческая деятельность, управление современными социально-техническими образовательными системами и действия, входящие в ее состав, служат для удовлетворения как общественных, так и личных потребностей человека. Ключевым психологическим моментом этого вида деятельности является выстраивание особых отношений между мотивами и целью этой деятельности. Взаимодействие названных аспектов в образовательных социально-технических системах происходит на всех их уровнях. При взаимодействии этих аспектов, с психологической точки зрения, в специализированную образовательную социально-техническую и технологическую функциональность включаются особые психолого-педагогические стратегии поведения людей – студентов, преподавателей, управленцев и обслуживающего персонала. Эти психологические, социальные (общественные) и личностные, стратегии поведения в образовательных социально-технических системах обладают целым набором свойств и средств.

С позиций психологического обеспечения в любой образовательной социально-технической системе проявляются определенные противоречия. С одной стороны, системная технологическая организация учебно-воспитательного процесса с позиций его технического и технологического обеспечения требует от человека понимания общих образовательных стратегических целей, участия в целостном процессе и выполнения, таким образом, общественных задач. Преподаватель любого уровня решает в этом процессе прежде всего задачи общего образования и воспитания. Он взаимодействует со студентами путем передачи им знаний, умений и навыков их будущей профессии. С другой стороны, от преподавателя требуется выполнение специализированных функций, которые базируются на реализации его собственных целей, его личностных потребностей. Преподаватель и студент, вступая в сложную систему личностных взаимодействий, исследуют и оценивают друг друга, выбирают

приемлемую стратегию взаимодействия. При этом они постоянно продвигаются к своим собственным, личностным целям, решению собственных личностных проблем.

Таким образом, участниками образовательно-воспитательного процесса выбирается каждый раз новая, а нередко и уникальная, стратегия взаимодействия. При этом участниками взаимодействия используются как методы, которые развивают их способности к профессиональному и личностному росту, так и методы замедления и торможения этого роста.

Воспитательные процессы и психолого-педагогические аспекты современных социально-технических образовательных систем необходимо учитывать не только при исследовании системного социально-технического взаимодействия, но и для совершенствования этой работы, и для организации новых образовательно-воспитательных проектов и стратегий.

*Н.А. Чайковская А.А. Родин*

### **ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ МАССОВОГО ПОВЕДЕНИЯ В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ В КУРСЕ «ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

Создав свою классификацию видов "Sistema naturae", Карл Линней наделил человека разумом и отнес его к виду и роду Homo sapiens.

Психология рассматривает человека:

- как биологическое существо, животное, наделенное сознанием, обладающее речью, способностью трудиться, познавать окружающий мир и активно изменять, преобразовывать его;
- общественное существо, что является самым важным признаком, так как общественная жизнь и общественные отношения, коллективный труд изменили и подчинили себе его биологическую, телесную организацию [1], [2].

Человек – существо социальное. С первых дней жизни ребенок попадает в социум, который влияет на его становление в качестве личности. В современной психологической науке существует много определений человека как личности, которые либо дополняют, либо полностью опровергают друг друга. Приведем некоторые из них: «личность – это человек, стремящийся к достижению новых целей и выходящий за пределы этих целей» [3]; «личность – направленность человека на будущее, его активное отношение к нему, построение планов самоутверждения, преодоление собственной слабости» [4]; «личность – приоритет внутреннего духовного мира человека над внешним воздействием, преломлением внешних воздействий через внутренние условия» [5] и др.

Эти характеристики человека как личности, казалось бы, не дают никаких оснований полагать, что Homo sapiens может таить в себе опасность как для самого себя, так и для всего общества в целом. Однако всё кардинально меняется, как только к одному Homo sapiens присоединяются огромное количество ему подобных, создаётся феномен, называемый «массой».

До возникновения психологии масс это образование трактовалось как сброд антисоциальных, деклассированных элементов, скопление люмпенов; преступное сборище, целью которого является совершение антисоциальных действий.

Согласно Платону и Аристотелю, люди, собравшиеся в массы, не обладают рассудком.

Ницше полагал, что массы – это "... плохие копии великих людей, изготовленные на плохой бумаге со стертых негативов" как "орудие великих людей" [6].

Благодаря З. Фрейду, основная заслуга которого является не только констатация и описание феномены массовой психики, но и психологическое объяснение причин этих феноменов, вскрытие их психологической подоплеки с точки зрения психоанализа, к понятию «масса» стали подходить более детально.

Современная психология даёт множество трактовок понятия «масса», но всё их многообразие можно представить в виде следующего определения: масса – это кратковременная общность людей, ее распад связан с истощением (удовлетворением или эмоциональным истощением) потребности в регуляции сильной эмоции, ради удовлетворения которой она возникла [7].

Н.И. Семечкин полагает, что изменения, происходящие с человеком в массе, приводят к тому, что человек:

- обретает анонимность (освобождается от индивидуальных проблем);
- растворяется в массовых эмоциональных состояниях;
- избавляется от личной ответственности за свои поступки.

Возникающие новые качества приводят к снижению порога сознания человека, падению интеллектуального уровня, исчезновению осознанного самоконтроля, стремлению человека жить общими переживаниями, стремлению человека действовать «здесь и сейчас», возникновению у человека ощущения всемогущества, повышению самооценки, снижению критичности по отношению к своей личности и действиям.

Современные условия развивающегося общества не могут оградить человека от прямого контакта с массами, в связи с тем, что рано или поздно, в 80 % случаев человек, сознательно или вынужденно, обязательно будет поставлен в условия столкновения с большим скоплением людей. Речь идет как о народных праздниках, проводимых на улице, так и о различных массовых мероприятиях, организуемых в замкнутом пространстве, а также о природных катаклизмах, наводнениях, землетрясениях и т.д., когда на людей, кроме опасности в виде потерявших контроль над своими действиями себе подобных, накладывается еще и неуправляемая природная стихия.

Например, землетрясение, которое обрушилось на остров Суматра, Шри-Ланку в декабре 2004 года, явилось причиной гигантской волны у берегов Индонезии – цунами, которая унесла жизни около 300 тысяч человек. Согласно данным ООН, эта природная катастрофа явилась самой крупной за последние сто лет.

Цунами (в переводе с японского "большая волна в заливе") – это огромные морские волны, возникающие чаще всего в результате сильного подводного землетрясения.

Специалистами доказано, что землетрясения огромной силы происходят с периодичностью раз в 150-200 лет. Существуют достоверные исторические сведения, доказывающие данную периодичность, в том числе и о цунами, чьей причиной явились землетрясения [8].

С точки зрения человеческой безопасности, вопрос о прогнозировании цунами до сих пор остаётся открытым.

Однако ученые считают возможным предотвратить или, по крайней мере, уменьшить последствия таких стихийных бедствий, как цунами, путем их моделирования и выделения наиболее незащищенных (так называемых цунамиопасных) зон, в которых необходимо будет установить защитные барьеры и современные системы оповещения [9].

Психологами выработаны различные рекомендации, помогающие людям выживать в подобных экстремальных ситуациях.

Так, в случае возникновения паники в ситуации большого скопления людей рекомендуется следующее:

1. В ситуации скопления людей в ограниченном пространстве первостепенным является изучение места, где находится ближайший выход из помещения, или если речь идет об открытом пространстве, ближайшая улица, идущая по направлению от общего движущегося людского потока.

2. Необходимо учитывать тот факт, что наиболее активными в ситуации паники в замкнутом пространстве становятся люди, которые лишены ближайшего доступа к выходу, поэтому именно они могут представлять из себя наибольшую опасность в силу своей неадекватности.

3. Попад в поток стремительно движущихся людей, следует немедленно извлечь из своих карманов всё содержимое и избавиться от него по причине того, что любая, даже самая безобидная вещь может стать травмоопасной.

4. Необходимо освободить шею от украшений любого вида и шарфов, чтобы они не стали причиной удушья.

5. Важным условием передвижения в толпе является наличие крепко завязанных шнурков, ибо концы развязанных, на которые их обладатель или окружающие могут наступить послужат причиной падения, что повлечет за собой трагические последствия.

6. Передвигаться в толпе следует в следующем положении тела: руки согнуты в локтях, кулаки подняты вверх, для того, чтобы обеспечить телу возможность совершать дыхательные движения и не задохнуться [10].

### ***Библиографический список***

1. Большой психологический словарь / под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2006.
2. Крутецкий, В.А. Психология / В.А. Крутецкий. – М.: Юность, 1986.
3. Allport, G.W. The person in psychology: Selected essays. Boston: Beacon Press. 1968.
4. Adler, A. Superiority and social interest: A collection of later writings. Evanston, IL: Northwestern University Press. 1964.
5. Рубинштейн, С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2006. – 713 с.
6. Ницше, Ф. Несвоевременные размышления // Ницше Ф. ПСС. – М., 1909. С. 164.
7. Семечкин, Н.И. Социальная психология на рубеже веков: Истории, теории, исследования: учебник. Часть I / Н.И. Семечкин. Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 2001.
8. Левин, Б.В. Цунами – катастрофические океанские волны / Б.В. Левин, Е.Н. Пелиновский, О.Н. Соловьева // Природные опасности России; под ред. В.И. Осипов, С.К. Шойгу. Т. 2. Сейсмические опасности. – Москва: КРУК, 2000.
9. Pelinovsky, E. Module Ocean // Ecole Supérieure de Mécanique de Marseille (ESM2), Université de la Méditerranée Aix–Marseille II. 2001–2003.
10. Основы выживания и безопасности в городе / сост. В. В. Петров. – Минск: Харвест, 2004.

***Л.О. Гулина***

### **ВЫБОР УЧЕБНОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ АБИТУРИЕНТАМИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИХ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ К РАЗЛИЧНЫМ СУБКУЛЬТУРАМ**

Ежегодно старшеклассники заканчивают школу и, выбирая продолжение своего образования в вузе, становятся абитуриентами, а затем – первокурсниками. Цель образования состоит не только в том, чтобы учить, но и в том, чтобы воспитывать. Университет – это в первую очередь молодежь, стремящаяся к выработке своей жизненной программы. Молодежь как наиболее чуткая, восприимчивая и мобильная группа первой воспринимает новые формы развития в сфере досуга со всеми позитивными и негативными явлениями. Молодежная культура представляется независимым социальным пространством, в котором молодые люди могут обрести аутентичность, тогда как в семье или школе они лишены реальных прав и полностью контролируются взрослыми.

Прежде чем приступить к рассмотрению проблемы выбора учебной специальности абитуриентами, в зависимости от их принадлежности к различным молодёжным субкультурам, необходимо определиться с используемой в данном контексте терминологией: какое

содержание мы вкладываем в понятия "культура" и "субкультура". Здесь и далее мы будем подразумевать под *культурой* присущую данному обществу или большой социальной группе систему ценностей, представлений о жизни и поведенческих кодов, определяющих образ жизни (и, добавим, жизненный стиль), т.е. нечто специфическое в способе самовыражения индивида, социальной группы, народа.

Под *субкультурой* понимается система ценностей, установок, способов поведения и жизненных стилей, которая присуща более мелкой социальной общности, пространственно и социально в большей или меньшей степени обособленной. Субкультурные атрибуты, ритуалы как устойчивые образы поведения, а также ценности, как правило, отличаются от таковых в господствующей культуре, хотя с ними и связаны. М. Брейк отмечал, что субкультуры как "системы значений, способов выражения или жизненных стилей" развивались социальными группами, находившимися в подчиненном положении, "в ответ на доминирующие системы значений: субкультуры отражают попытки таких групп решить структурные противоречия, возникшие в более широком социальном контексте".

Как специфическое явление молодежная культура возникает и в связи с тем, что физиологическая акселерация молодых людей сопровождается резким возрастанием длительности периода их социализации (порой до 30 лет), что вызвано необходимостью увеличения времени на образование и профессиональную подготовку, соответствующую требованиям эпохи. Сегодня подросток рано перестает быть ребенком (по своему психофизиологическому развитию), но по социальному статусу еще долгое время не принадлежит миру взрослых. Подростковый возраст – время, когда экономическая активность и самостоятельность еще не достигнуты в полном объеме. Психологически молодежь принадлежит миру взрослых, а социологически – миру отрочества. Если в смысле насыщения знаниями человек созревает гораздо раньше, то в смысле положения в обществе, возможности сказать свое слово – зрелость его отодвигается.

Особенность реальной молодости – стремление девушек и юношей обрести свое независимое пространство, отвоевать места для проявления собственной, не навязанной идентичности. В современной культуре присутствует ярко выраженный слой инноваций, которые постоянно взламывают и перестраивают культурную традицию, затрудняя тем самым процессы социализации и адаптации человека к постоянно меняющимся условиям и требованиям жизни. Поиски человеком самого себя, своей индивидуальности и социального статуса осложняются избытком выбора, сочетающегося с динамизмом и новизной.

*Молодежная субкультура* – частичная, относительно когерентная система внутри общей системы культуры. Ее возникновение связано с неопределенностью социальных ролей молодежи, неуверенностью в собственном социальном статусе. В онтогенетическом аспекте молодежная субкультура представляется как фаза развития, через которую должен пройти каждый. Ее сущность – поиск социального статуса. Посредством нее подросток "упражняется" в исполнении ролей, которые в дальнейшем должен будет играть в мире взрослых. Выбор вуза и учебной специальности является сложным шагом для бывших старшеклассников не только как выбор будущей профессии, но и как выражение своей индивидуальности.

Принадлежность абитуриента к какой-либо субкультуре имеет значимое влияние на выбор им специальности. Неформальные объединения и движения молодежи имеют определенные функции. Одной из главных является *возможность самореализации*, т.е. субъективного воплощения. Специализация, которую выбирает будущий студент, есть наиглавнейший путь самореализации как на данном жизненном этапе, так и в дальнейшем при выборе профессиональной деятельности. К предыдущей функции можно добавить *инструментальную функцию*, когда группа становится средством для достижения сознательных или несознательных результатов; а также *компенсаторную*, связанную с личной зависимостью и отсутствием свободы в официальных структурах.

Студенческая группа – особая, она отличается от школьной большей свободой действий, но также от неформальной группы, поскольку имеет общую цель и определенную структуру. С одной стороны, молодежные субкультуры культивируют протест против общества взрослых,

его ценностей и авторитетов, но, с другой стороны, именно они призваны способствовать адаптации молодежи к тому же обществу. *Эвристическая функция* выражает художественно-творческие и нравственные устремления молодежи и реализуется в социокультурной деятельности.

По направленности интересов М. Топалов так классифицирует молодежные увлечения и объединения: увлечение современной молодежной музыкой; устремление к правопорядковой деятельности; активно занимающиеся определенными видами спорта; околоспортивные – различные фанаты; философско-мистические; защитники окружающей среды.

С.А. Сергеев предлагает следующую типологизацию молодежных субкультур: романтико-эскапистские субкультуры (хиппи, индеанисты, толкиенисты, с известными оговорками – байкеры), гедонистическо-развлекательные (мажоры, рэйверы, рэпперы и т.п.), криминальные ("гопники", "люберы"), анархо-нигилистические (панки, экстремистские субкультуры "левого" и "правого" толка), которые можно также назвать радикально-деструктивными. Безусловно, не каждый член определённой субкультуры стремится к поиску себя через профессиональную идентичность и, следовательно, выбор специализации и вуза. Однако большинство представителей из романтико-эскапистских и гедонистическо-развлекательных, а также отдельные члены анархо-нигилистических субкультур, ищут продолжение самовыражения именно в среде высшего профессионального образования.

Порой именно субкультурная группа является переходной ступенькой в адаптации от школьной атмосферы к студенческой. Абитуриенты приходят в совсем другую среду, отличную от школьной, где установлены совершенно другие правила и требования. Теперь каждый из них сам принимает решения, как поступать в тех или иных случаях, делает выбор согласно своим приоритетам. Учебно-воспитательный процесс в вузе включает в себя комплекс мероприятий, направленных на раскрытие творческих способностей, всестороннее и гармоничное развитие личности студента, поддержку и реализацию социальных инициатив, становление их активной гражданской позиции.

Культура и традиции университета складывается годами и передаются из поколения в поколение. Можно с уверенностью отметить, что каждому вузу есть, чем гордиться: выдающиеся талантливые выпускники, научные исследования и открытия, победы на региональных, российских и международных конференциях, творческих конкурсах. История вуза тоже складывается годами. Каждый уважающий себя студент должен знать, как развивался вуз и как смог добиться настоящего высокого статуса и положения среди прочих.

Адаптация не только дает возможность личности приспособиться к новым условиям, но и сформировать новые способы поведения для преодоления имеющихся трудностей и обеспечения успешной деятельности, которые имеют индивидуальный характер и складываются по мере накопления и совершенствования опыта. Адаптация компенсирует недостаточность привычного поведения в новых условиях, благодаря ей создаются оптимальные условия для функционирования личности в новой обстановке. Если же адаптация не наступает, то студент испытывает затруднения в освоении предмета и условий деятельности.

Принадлежность абитуриента к определённой субкультуре влияет не только на адаптацию студента к условиям вуза, но и на создание поддерживающих, доверительных отношений в группе, и на формирование социально одобряемого поведения студента, и на профессиональное самосовершенствование через взаимодействие с академической группой и на вовлечение в культурную жизнь вуза с целью дальнейшего ее развития с помощью деятельности активных студентов.

Значительная роль в успехе адаптации студента к условиям вуза принадлежит координатору, функция которого заключается не только в предоставлении учащемуся определенного объема знаний, навыков, умений, но и в формировании прежде всего определенного стиля мышления, мировоззрения. Для этого координатор должен иметь желание не только помогать студентам, но и уметь разбираться в их индивидуальных и личностных особенностях.

Практика показывает, что в современных условиях роль индивидуальной работы со студентами возрастает и является наиболее эффективной. Деятельность на индивидуальном

уровне предполагает осуществление обязательных личных встреч с координатором, с целью определения трудностей, возникающих у студента в учебном процессе, во взаимоотношениях в группе, в адаптации к условиям обучения в вузе, проживания в общежитии и т.п.; путей преодоления возникших трудностей, перспективы учебного и профессионального роста студента, конструирования новой более успешной модели поведения.

Особый интерес в изучении влияния принадлежности абитуриента к различным субкультурам на выбор им учебной специальности, а также на адаптацию в вузе, представляет анализ самоотчётов студентов, которые уже проучились несколько лет в вузе по выбранной ими специальности и достаточно хорошо адаптировались в университете.

По данным анализа самоотчётов студентов НГТУ 3 курса (180 человек) факультетов ИРИТ и ФАЭ (2009 год) сделаны следующие выводы.

Фактически самосознание студента 3-го курса акцентировано на трех существенных для этого возраста (19-20 лет) моментах:

- 1) восприятие своей индивидуальности;
- 2) озабоченность тем, как он выглядит в глазах других, что собой представляет;
- 3) необходимость найти свое профессиональное призвание, отвечающее приобретенным умениям, индивидуальным способностям и требованиям общества.

Студента интересует не столько вопрос «кем быть?», сколько вопрос «каким быть?», он стремится (путем проб и ошибок) найти свое место в обществе. Наблюдается специфический эгоцентризм молодых людей: им часто кажется, что окружающие пристально обращают на них внимание, негативно думают о них, оценивают их, именно поэтому часто их первая реакция на других – защита.

У всех студентов отмечается тенденция подчеркнуть собственную индивидуальность, непохожесть на других. Но вместе с осознанием ценности собственной личности, ее неповторимости, приходит осознание чувства одиночества. Отсюда сильное нарастание потребности в общении с одновременным повышением избирательности общения, и в то же время часто возникает потребность в уединении, желание побыть наедине с самим собой.

Студенты делают акцент на профессиональной компетентности и необходимости тех или иных знаний и умений для будущей профессиональной деятельности. Они амбициозны, мотивированы, ориентированы на успех, карьеру, хотят применять полученные в институте знания, стремятся найти себя. Для многих студентов одинаково равнозначны учёбы, личная жизнь и карьера – у них нет в этом приоритетов: желания и энергии столько, что сил хватает на все и постоянно хочется еще больше. Большинство молодых людей связывают собственное будущее и возможность переживания себя счастливым, свободным и самостоятельным с осуществлением интересной и увлекательной работы, требующей глубокой профессиональной подготовки.

Анализ самоотчётов студентов ярко отражает соотношение функций субкультурных движений, которые реализуются в деятельности абитуриентов, и влияние обучения по выбранной ими специальности и принадлежности к культуре вуза на формирование новых внутриличностных позиций молодёжи.

*Т.Г. Мухина*

### **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОДГОТОВКИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ В УСЛОВИЯХ КОНТЕКСТНОГО ОБУЧЕНИЯ**

Современные тенденции развития высшего образования определяют существенное изменение подходов к стратегии модернизации высшего профессионального образования, в том числе и в области дополнительного образования. Введение системы многоуровневого образования, переход на ГОС ВПО третьего поколения, изменение соотношения аудиторной и самостоятельной работы студентов в сторону увеличения доли самообучения в образовательном

процессе, обеспечение гибкости образовательных программ, внедрение зачетной единицы в качестве меры трудоемкости учебной работы обуславливает необходимость совершенно иного подхода к организации обучения преподавателей. Преподаватель высшей школы должен стать не только транслятором информации, но и квалифицированным консультантом, владеющим современными методами консультирования; обладать профессиональными компетенциями в области организации учебного процесса на основе использования современных образовательных технологий.

В Нижегородском государственном архитектурно-строительном университете осуществляется подготовка слушателей по профессиональной образовательной программе для получения дополнительной квалификации «Преподаватель высшей школы» в целях совершенствования подготовки преподавательских кадров для системы высшего профессионального образования. Целью программы является формирование у будущих преподавателей высшей школы профессиональных компетенций в области учебной и научно-исследовательской деятельности, развитие профессионального мышления.

С позиций организации учебного процесса на основе компетентностного и деятельностного подходов реализация образовательной программы требует комплексного использования современных образовательных технологий. На современном этапе развития образования понятие образовательной технологии может рассматриваться широко как область педагогической науки и как конкретная образовательная технология. В соответствии с концепцией Н.Г. Алексеева, образовательная технология – это комплекс, состоящий из планируемых результатов обучения, средств диагностики текущего состояния обучаемых, набора методов, средств и принципов обучения, критериев выбора оптимальной технологии для данных конкретных условий.

Современный арсенал образовательных технологий велик. Однако невероятное разнообразие технологий и методов: от традиционных лекций и семинаров до кейсов и деловых игр, отсутствие навыка выбора и сочетания в учебном процессе образовательных технологий, отсутствие информации о положительных и негативных аспектах используемых технологий, неумение организовать самостоятельную работу слушателей – не позволяют обеспечить эффективность учебного процесса с позиций подготовки будущего преподавателя к профессиональной деятельности в сжатые (1,5–2 года обучения) сроки. В связи с этим, возникает необходимость реализации системного и комплексного подходов к организации учебного процесса по программе «Преподаватель высшей школы». Исходя из тщательного анализа процесса подготовки специалиста в высшем учебном заведении в условиях дополнительного образования, мы пришли к выводу, что ведущей технологией организации целостного образовательного процесса подготовки преподавателя высшей школы является знаково-контекстное обучение.

Теория знаково-контекстного обучения разработана известным ученым, доктором психологических наук А.А. Вербицким. Согласно А.А. Вербицкому, одна из основных целей профессионального образования – формирование целостной структуры будущей профессиональной деятельности обучаемого в период его обучения. Это означает, что для достижения целей формирования личности специалиста в профессиональном учебном заведении необходимо организовать такое обучение, которое обеспечивает переход, трансформацию одного типа деятельности (познавательный) в другой (профессиональный) с соответствующей сменой потребностей и мотивов, целей, действий, средств, предметов и результатов [1, 2].

Ведущей характеристикой обучения контекстного типа является моделирование предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности. Контекстное обучение позволяет целенаправленно выбирать и комплексно использовать традиционные и новые методы и технологии обучения. Основной задачей подбора методов и технологий обучения является воссоздание не только предметного, но и социального содержания будущей профессиональной деятельности. Например, метод анализа конкретных производственных



(педагогических) ситуаций и ситуационных задач, деловые игры, проблемные ситуации, научно-исследовательская работа, производственная практика [1, 2].

В соответствии с основными положениями технологии контекстного обучения моделирование предметного и социального содержания будущей профессиональной педагогической деятельности в процессе подготовки преподавателя высшей школы реализуется с учетом следующих условий:

1) обеспечение перехода от одной базовой формы деятельности обучающихся к другой (учебная деятельность – квазипрофессиональная деятельность – учебно-профессиональная деятельность);

2) соответствие методов организации обучения базовым формам деятельности. Например, на этапе организации собственно учебной деятельности ведущая роль принадлежит академической лекции; квазипрофессиональная деятельность предполагает включение обучающихся в решение кейс-ситуаций;

3) сочетание разнообразных формы и методов обучения с учетом дидактических принципов и психологических требований к организации учебной деятельности;

4) модульное построение профессиональной образовательной программы для получения дополнительной квалификации «Преподаватель высшей школы» с целью обеспечения ее мобильности к условиям обучения и контингенту слушателей.

Таким образом, организация учебного процесса в рамках реализации дополнительной профессиональной образовательной программы для получения дополнительной квалификации «Преподаватель высшей школы» в условиях знаково-контекстного обучения позволит проектировать целостный учебный процесс, в котором учитываются такие факторы, как специфика учебных дисциплин, особенности и возможности каждого участника учебного процесса преподавателя, слушателя, а также продолжительность и материально-технические условия обучения. Кроме того, применение данной технологии дает возможность целенаправленно осуществлять комплексный отбор технологий и методов обучения в соответствии с учебной, квазипрофессиональной и профессиональной формами деятельности обучающихся.

### ***Библиографический список***

1. Вербицкий, А.А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход / А.А. Вербицкий. – М.: Просвещение, 1991.
2. Вербицкий, А.А. Личностный и компетентностный подход в образовании: проблемы интеграции / А.А. Вербицкий. – М: Логос, 2009. – 336 с.

***Д.В. Зубов***

### **ОСОБЕННОСТИ ХАРАКТЕРИСТИК СУБЪЕКТНОСТИ ПЕДАГОГА ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Дополнительное образование – это система деятельности личности (комплекс видов деятельности: учения, общения, активного отдыха и др.), взаимосвязанная с ее (личности) потребностями, интересами, ценностными ориентациями. Имея своей основой свободную деятельность людей, дополнительное образование выступает средством их развития, стимулирует формирование внутриличностного механизма саморазвития, способствует социальной активности, творческому преобразованию окружающего мира. Перечисленные характеристики дополнительного образования могут в полной мере реализоваться только при условии взаимодействия педагогов и учащихся, построенного на взаимном сотрудничестве, взаиморегуляции деятельности равных субъектов.

Специфика деятельности педагогов дополнительного образования как особой профессиональной группы выражается в том, что они являются носителями и трансляторами уникальных направлений творчества, с которыми они лично связаны. Большая часть из них

не имеют педагогического образования. Кроме того, отсутствие в дополнительном образовании типовых программ вынуждает педагогов самим проектировать образовательные программы. Разновозрастный и разнонаправленный состав обучающихся предъявляет высокие требования к вариативности программного материала.

В качестве психологического конструкта, наиболее полно отражающего сущность профессионально важных составляющих личности педагога дополнительного образования, мы выделяем субъектность. Под субъектностью мы понимаем активную сторону психической организации человека, которая связана с активностью, инициативностью, преобразующими возможностями человека [1].

Субъектность – это интегративное свойство личности профессионала, свойство, отвечающее за формирование активной жизненной позиции, способность к разумной преобразовательной активности. Основными компонентами структуры субъектности педагога являются следующие: осознание собственной активности, осознание способности к рефлексии, свобода выбора и ответственность за него, осознание уникальности субъекта, понимание и принятие другого, саморазвитие [1]. В качестве наиболее профессионально важного для педагога компонента в структуре субъектности мы выделяем понимание и принятие другого человека.

Для диагностики характеристик субъектности педагога дополнительного образования использовался опросник Е.Н. Волковой, И.А. Серединой. Этот опросник делает возможной диагностику субъектности через ее атрибутивные характеристики и позволяет получить стандартизированную информацию о субъектности и ее структуре. Хотя этот опросник был разработан для педагогов общеобразовательных школ и нет нормировочной шкалы для педагогов дополнительного образования, мы считаем, что он приемлем и для них, так как определяет установочные тенденции педагогов дополнительного образования быть субъектными и одновременно может стимулировать образование этих установок. В нашей выборке педагоги дополнительного образования имели те же возрастные группы и группы по стажу, что и педагоги общеобразовательных школ. В исследовании приняли участие 70 педагогов дополнительного образования.

Выраженность характеристик субъектности у педагогов дополнительного образования в сравнении с педагогами общеобразовательных школ представлена в табл. 1.

**Таблица 1**

**Сравнительные данные выраженности компонентов субъектности педагогов дополнительного образования и педагогов общеобразовательных школ**

Компоненты структуры субъектности	Выраженность компонентов $M \pm m$	Выраженность компонентов $M \pm m$
	Педагоги дополнительного образования	Педагоги общеобразовательных школ
1. Активность	$4,9 \pm 1,3$	$6,6 \pm 1,9$
2. Способность к рефлексии	$4,8 \pm 1,2$	$5,4 \pm 1,4$
3. Свобода выбора и ответственность за него	$5,9 \pm 1,3$	$8,0 \pm 1,5$
4. Осознание собственной уникальности	$5,7 \pm 1,7$	$6,1 \pm 1,7$
5. Понимание и принятие другого	$6,5 \pm 1,7$	$8,5 \pm 1,3$
6. Саморазвитие	$4,6 \pm 1,1$	$6,8 \pm 1,5$

Анализ средних значений выраженности компонентов структуры субъектности педагогов дополнительного образования и педагогов общеобразовательных школ показал, что у педагогов

дополнительного образования достоверно ниже практически все показатели субъектности, особенно выражены различия по показателю «активность», «свобода выбора и ответственность за него», «понимание и принятие другого», «саморазвитие».

С целью системной оценки полученных характеристик субъектности педагогов дополнительного образования была использована факторизация результатов, где скрытый фактор позволяет более целостно представить картину личностных детерминант, присущих педагогам дополнительного образования.

Была принята двухфакторная модель, которая позволяет объяснить 64% всей накопленной дисперсии. Результаты факторизации характеристик субъектности представлены в табл. 2.

**Таблица 2**

**Результаты факторизации компонентов субъектности педагога дополнительного образования. Матрица после вращения**

Компоненты структуры субъектности	Дисперсия	
	1	2
Саморазвитие	,782	
Активность	,717	
Понимание и принятие другого	,708	
Способность к рефлексии	,680	
Свобода выбора и ответственность за него		,950
Осознание уникальности		,615

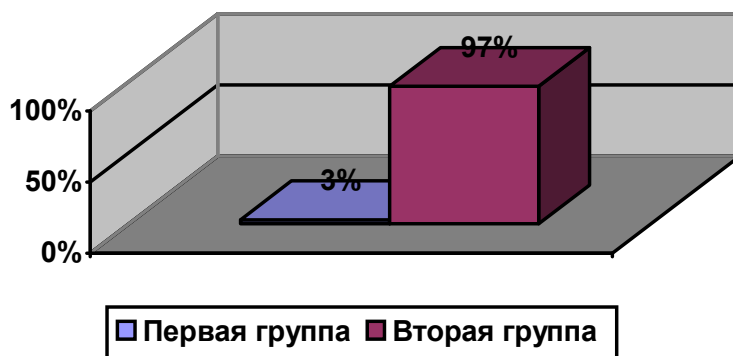
Первый фактор позволяет объяснить 48% дисперсии. Содержание фактора характеризует педагогов дополнительного образования, которые активны, склонны к саморазвитию, понимают и принимают другого и рефлексивны. Т.е. это люди, у которых больше всего проявляется педагогическая направленность в профессиональной деятельности. Этот тип наиболее релевантен задачам профессиональной деятельности педагога дополнительного образования.

Второй фактор позволяет объяснить 16% дисперсии. Содержание этого фактора описывает педагогов дополнительного образования, которые признают свою уникальность, осознают выбор и ответственность за него. Интер-характеристики самосознания выражены слабо: им в меньшей степени свойственна ориентация на другого человека, так как они не принимают другого и не признают его уникальности. Вместе с тем, эти педагоги личностно связаны с уникальными направлениями детского творчества, трансляторами которых они являются.

Недостаточное проявление (или, напротив, гипервыраженное проявление) того или иного компонента субъектности нарушает процесс развития личности. Например, при гипервыраженном значении компонента субъектности «способность к рефлексии» у педагога дополнительного образования может блокироваться развитие активной деятельной позиции, низкие значения компонента «осознание собственной уникальности» будут связаны со снижением ощущения ценности собственной личности. Более низкие значения компонента «осознание свободы выбора и ответственность за него» при высоких показателях активности в профессиональной деятельности приводят к анархическому безответственному поведению и т.д. Более низкие средние значения компонента «осознание свободы выбора и ответственность за него» при высоких результатах активности в профессиональной деятельности приведут к активной деятельности, но неуверенности при принятии решений и нежеланию брать на себя ответственность за этот выбор. Признание собственной уникальности, но отсутствие способности понимать и принимать другого человека при осуществлении профессиональной деятельности будут способствовать конфликтам и, как следствие, уходу учащихся из детских творческих объединений.

Такой дисбаланс в развитии отдельных компонентов субъектности не позволяет судить о развитии у педагогов дополнительного образования отношения к себе как к деятелю. Поэтому

на следующем этапе данного исследования на основе стандартных процедур математической статистики были выявлены две группы педагогов дополнительного образования: группа с оптимальной структурой субъектности (в которую вошли респонденты, у которых все компоненты субъектности выражены в оптимальной степени) и группа с неоптимальной структурой субъектности (в которую вошли респонденты, у которых хотя бы один компонент субъектности имел недостаточную или гипертрофированную выраженность). Распределение педагогов по группам представлено на рис. 1.



**Рис. 1. Распределение педагогов по группам в зависимости от степени оптимальности структуры субъектности**

Для педагогов первой группы (3% от общей выборки) свойственна оптимальная структура субъектности.

Наиболее многочисленна вторая группа (97% от общей выборки). Большинство характеристик субъектности выражены слабо, а такая характеристика, как «осознание уникальности» выражена гипертрофированно. Структура субъектности неоптимальна, что существенно сказывается на эффективности осуществляемой ими педагогической деятельности.

Таким образом, практически все исследуемые педагоги дополнительного образования нуждаются в создании специальных психолого-педагогических условий для развития характеристик субъектности.

Мы предполагаем, что реализация специальной образовательной программы, которая включает в себя лекции и семинары по актуальным проблемам дополнительного образования, тренинги по обучению психолого-педагогическому проектированию будет способствовать развитию характеристик субъектности педагогов дополнительного образования.

---

1. Волкова, Е.Н. Субъектность педагога: теория и практика / Е.Н. Волкова. Н.Новгород: НГЦ, 1998. – 228 с.

*Н.Ю. Шуваева*

### **СОЗДАНИЕ ПРЕДПОСЫЛОК ГУМАНИЗАЦИИ УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ КОММУНИКАТИВНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ**

Современная социокультурная ситуация в мире, характеризующаяся постоянно возрастающим повышением темпа жизни в мегаполисах, ставит перед научным сообществом актуальную проблему разностороннего исследования человеческих коммуникаций. Сегодняшний уровень развития общества и технического прогресса предоставляет человеку огромное количество коммуникативных ресурсов, начиная от устных, вербальных и

визуальных, известных с древних времен и заканчивая виртуальными ресурсами, отражающими реалии нового времени.

Грамотно организованные и хорошо налаженные коммуникационные связи помогают современному человеку осуществлять быструю передачу информации по коммуникативным каналам в любой участок мира, преодолевая при этом пространственные и временные барьеры. Причем во многих случаях от качества и скорости передаваемой информации может зависеть не только экономическая и политическая успешность того или иного предприятия, но и жизнь многих людей. Именно поэтому среди глобальных проблем широкомасштабного распространения коммуникаций исследователи все чаще называют проблему возможности использования информации, воздействующей на массовое сознание, что особенно актуально во времена повсеместного распространения телевидения и Интернета. Многие социологи и психологи отмечают, что в условиях социальных реалий человечество все больше отходит от частных межличностных коммуникаций, выбирая преимущества массовых. Массовые коммуникации, как символ современного мира, являются неотъемлемой частью общества, его экономики, политики, культуры, а также охватывают международные, межгрупповые и межличностные отношения на разных социальных уровнях. Однако в условиях тотальной глобализации мира, коммуникации давно уже перестали носить в себе лишь функцию передачи или обмена информации, зачастую они заменяют людям живое общение, на которое у современного человека остается все меньше времени.

Созданные повсеместно виртуальные коммуникативные порталы, с одной стороны, расширяют рамки коммуникативных контактов, позволяя мобильно общаться на больших расстояниях, но в то же время сужают рамки реального общения, так как отпадает прямая необходимость искать это общение вне сети. Таким образом, технический прогресс, призванный облегчить и улучшить жизнь человечества, зачастую несет в себе угрозу создания некоммуникативного общества, лишенного навыков общения, страшящегося данного общения и лишенного умения грамотно выстраивать жизнеспособные социальные связи.

Помимо проблемы ограничения реального общения и подмены его виртуальным, перед обществом встает и другая проблема: ученые и гуманисты всего мира отмечают необходимость понимания того, что информация масс может нести в себе как положительные моменты, так и отрицательные, так как любые неосторожные, некорректные манипуляции с информацией могут привести к массовым паникам и тотальной дезорганизации общества. В связи с этим, доступ к источникам массовой информации должен предоставляться не дилетантам, а профессионалам, и любая информация, прежде чем она будет доступна массам, должна проходить некий социально-перцептивный и морально-этический фильтры.

Именно актуальность проблемы эффективного и гуманного использования массовых социальных коммуникаций породила интерес к ряду коммуникативных специальностей, направленных на формирование специалистов в области лингвистики, социологии, психологии, информатики, маркетинга и бизнеса.

Однако при планировании учебно-воспитательного процесса многие специалисты сталкиваются с проблемой определения основных задач учебных курсов, необходимостью разработки новых технологий коммуникативных действий, современных коммуникативных методик, внедрения в практику новых моделей общения, воспитания личности, адекватной требованиям времени. Именно требования, определяемые современными реалиями, диктуют набор критериев, предъявляемых к уровню подготовки будущих специалистов в области коммуникаций. Проблема введения инноваций в педагогический процесс и его ориентации на практическую подготовку специалистов стала настолько острой, что давно вышла за рамки обсуждения, определяемые профессиональным сообществом. При условии колоссальной мобильности современного общества, его тяги к постоянному видеоизменению, основной акцент при подготовке специалистов необходимо делать на их готовность к эффективной профессиональной деятельности, способность к адаптации к быстро меняющимся, неопределенным и зачастую противоречащим друг другу условиям современного мира. Большое внимание необходимо уделить формированию умений виртуозно владеть профессиональными навыками, умению использовать полученные знания при решении

нестандартных профессиональных задач, а также формированию гуманной, социально продуманной субъектной составляющей личности будущих специалистов.

Предъявляемые требования порождают необходимость формирования особой социально активной и сверхкоммуникативной личности, отличающейся особым рефлексивным типом мышления. Однако помимо особых личностных качеств, большое значение при планировании учебно-воспитательного процесса необходимо уделять формированию морально-этических компонент, ибо человек, владеющий информацией, владеет миром, а значит, несет колоссальную ответственность.

В связи с этим, остро встает необходимость разработки таких технологий в учебно-воспитательном процессе, которые позволили бы реализовывать принципы инновационности и этической культуросообразности, обеспечивали бы разностороннюю практическую подготовку студентов современного вуза и являлись научно-обоснованной методикой формирования и совершенствования профессиональной коммуникативной компетенции. Проблема разработки таких технологий весьма актуальна, однако она не отменяет уже существующих практических наработок в области психологии, педагогики, социологии и таких специальных наук, как экономика, политология, маркетинг. Основной задачей при создании учебно-воспитательной программы по формированию специалистов по коммуникациям, на взгляд автора, является гармоничная интеграция этих наук, объединение гуманитарных и специальных наук в четкую структурированную программу. Большое значение при создании педагогических технологий необходимо уделять морально-этическим компонентам, знанию законодательных документов, юридической компетентности и формированию гуманности и толерантности у студентов.

Для того, чтобы наше будущее было светлым, нам необходимо уже сейчас готовить специалистов, которым бы мы смело могли доверить такой важный стратегический ресурс, как информация.

*Е.Е. Щербакова, Е.Н. Стукаленко*

### **АКЦЕНТ НА ПЕДАГОГИКУ И ПСИХОЛОГИЮ КРЕАТИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ КУРСА «АРХИТЕКТУРНАЯ ПЕДАГОГИКА»**

На базе Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета Гуманитарно-художественного института (ННГАСУ ГХИ) разрабатывается программа курса «Архитектурная педагогика».

Программа курса определяет совокупность необходимых для профессиональной подготовки знаний, навыков и умений, которыми должен овладеть студент в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта по направлению 270300 «Архитектура», утвержденного Министерством образования 10 марта 2003 г. № 82 ГУМ/МАГ, и учебного плана подготовки магистров по направлению 270300 «Архитектура».

Архитектурная педагогика – одна из базовых дисциплин в системе подготовки архитекторов. В ходе ее изучения студенты овладевают комплексом теоретических знаний, практических навыков и умений анализа процессов и результатов различных видов педагогической деятельности. Курс имеет высокий потенциал с точки зрения самопознания и раскрытия собственных возможностей со стороны студентов.

Целью курса является представление особенностей архитектурной педагогики, формирование у студентов профессионального мышления и кругозора, расширение области профессионального функционирования.

Вхождение России в единое Европейское образовательное пространство задает ориентиры для модернизации системы отечественного образования и требует подготовки творчески мыслящих, профессионально развитых субъектов образовательного процесса.

Задачи совершенствования профессиональной подготовки педагогических кадров в системе образования сопряжены со сменой методологических приоритетов в образовании,

которые обращены к личности, ее творческому потенциалу, ценностным ориентациям, раскрытию внутренних механизмов профессионального становления.

Признание человека субъектом общественной жизни, исторического процесса, собственного развития и жизни вообще, выдвижение в качестве целевого приоритета в образовании категории «развитие» требуют обеспечить педагогические условия для реализации в системе подготовки педагогов механизмов становления профессионального сознания специалиста, центром которого выступает ценностное основание его личности, актуализирующееся в процессе поисковой практики и коммуникативной рефлексии в сотворческой креативной деятельности.

Креативный образовательный процесс предоставляет возможность каждому участнику образовательного процесса, на каждом образовательном уровне не только развить исходный творческий потенциал, но и сформировать потребность в дальнейшем самопознании, творческом саморазвитии, объективной самооценке. С точки зрения гуманистических позиций развития системы высшего образования как части социальной системы, главным является ориентация студентов вуза на творческое развитие личности в условиях профессиональной подготовки. Этот подход является приоритетным в данном исследовании.

В качестве главной тенденции, имеющей место в современных исследованиях, определяется движение педагогической мысли к признанию ценностно-творческих начал в профессиональной подготовке специалистов как существенных оснований их профессионального развития.

Современный образовательный процесс должен быть направлен на освоение эмоционально-ценностного опыта, обеспечение относительной адаптированности личности к социальной и природной среде, а также должен способствовать самореализации и раскрытию духовных потенциалов личности.

В первом разделе «Философия креативного образования» под философией образования понимается отрасль научного знания, занимающаяся разработкой метапедагогических проблем воспитания в контексте философского осмысления и понимания сущности, природы и смысла человеческого существования.

Во втором разделе «Этика творческого образования» рассматриваются творческие решения преподавателя высшей школы, основанные на взаимодействии интеллектуальной и педагогической креативности.

В третьем разделе «Психология креативного образования» показаны исследования креативности в области профессиональной деятельности, которые позволяют выявить оптимальные формы организации и управления творческим процессом обучения и воспитания студентов с целью самообразования и достижения развития творческой индивидуальности как личностной категории креативности. Реализация научных исследований в практическом аспекте выражается в моделировании образовательного процесса. В ходе образовательной деятельности студенту необходимо создавать условия для оптимального включения в креативный процесс, так как именно в созидательной деятельности развивается креативный потенциал личности.

В четвертом разделе «Педагогика креативного образования» проанализировано обучение, построенное на деятельностном подходе, которое основано на решении творческих задач: с одной стороны, активно развивает творческий потенциал обучаемых, с другой стороны, является самой действенной мотивацией к обучению.

В пятом разделе «Методология архитектурного образования» проанализирован индивидуальный процесс обучения, который обеспечивается: планированием занятий по архитектурному проектированию с учетом индивидуальных особенностей студентов; индивидуальной консультацией педагога непосредственно по студенческому проекту; самостоятельной работой студента под контролем педагога над решением отдельных проектных задач; участием студента в групповых дискуссиях и обсуждениях. Хотя деятельность студента носит не вполне самостоятельный характер, при этом обеспечивается быстрое развитие творческой личности студента.

В процессе изучения курса студентами делается вывод о том, что архитектор должен уметь ориентироваться в новых направлениях развития архитектуры и строительства, быть

подготовлен к самостоятельному пополнению своих знаний, восприятию стремительного потока разнообразной информации.

Современное архитектурное образование опирается на интеграцию двух начал – практическую направленность обучения и подготовку специалиста, способного предвещать ход развития и преобразования материально-пространственной среды в будущем.

Высшая архитектурная школа призвана сформировать архитектора как творческую личность, органически сочетающую в себе черты художника, ученого, инженера, организатора процессов труда, т.е. специалиста, понимающего перспективы развития общества, задачи оздоровления окружающей среды и способного решать проблемы, стоящие перед архитектурой и градостроительством.

В связи с расширением сферы проектирования, переходом от проектирования отдельного объекта к проектированию среды жизнедеятельности в основу архитектурного образования положена модель архитектора широкого профиля. Высшая школа должна подготовить специалистов с широким кругозором, ясно представляющих задачи и перспективы своей будущей деятельности обладающих высоким уровнем знаний и творческих умений, способных специализироваться в любой области архитектуры. Формируя молодого архитектора, высшая архитектурная школа призвана создавать благоприятную обстановку для проектной и исследовательской деятельности, стимулировать успешное протекание творческого процесса, рационально использовать в архитектурном проектировании новые методы обучения и творчества.

*Н.Ю. Молостова*

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ-МАГИСТРОВ**

В современных условиях обучение и повышение профессиональных компетенций студентов должно в первую очередь базироваться на формировании у них качественного иного уровня учебной деятельности. Эта деятельность может включать в себя освоение таких методов усвоения, активизации и генерации знаний, как метод анализа, искусство общения, генерация идей [1]. Необходимо усовершенствование лежащих в основе учебной деятельности психологических механизмов: ориентации в смыслах деятельности и отношений, потребности в общении и эмпатии, воображения и идентификации, элементов обобщения и категоризации.

В профессиональной подготовке студентов и слушателей магистратуры может широко применяться социально-психологический тренинг, в основе которого заложен принцип максимальной активности и включенности в групповую деятельность каждого участника группы. Социально-психологический тренинг представляет собой совокупность приемов, форм и способов психологической практики и направлен на решение внутренних конфликтов индивида в ситуации отработки навыков выполнения тех или иных социальных функций (выработка и закрепление социокультурных норм), нахождение внутренних ресурсов индивида [2, 3]. Как *современная технология обучения* в высшей школе социально-психологический тренинг включает в себя широкий спектр методических форм видеотренинга: ролевое обучение, дискуссия, групповой анализ оценок и самооценок, «мозговой штурм», решение конфликтных ситуаций, неведомые методики и другое. При этом психотехнические игры, упражнения, групповые задания становятся средством формирования *социальных компетенций, культуры общения* в профессиональных ситуациях. Активное включение участников занятий в решение практических проблемных ситуаций решают задачу мотивации достижения в совместной учебной деятельности, что является залогом дальнейшей эффективности обучения и возрастания интереса к исследовательской деятельности, а также задачу, связанную с необходимостью компенсации информационной перегрузки, организацией закрепления полученных знаний на практике.

Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования магистров направлений «Педагогика», «Культурология», «Строительство», «Землеустройство и кадастры» одной из дисциплин установлен «Тренинг профессионально



ориентированной риторики, дискуссий и общения». Эта дисциплина направлена на формирование у слушателей магистратуры общекультурных и профессиональных компетенций и в области теоретико-методологических основ риторики и межличностного общения, основ эффективного речевого взаимодействия, овладение практическими коммуникативными умениями и навыками.

В содержательном аспекте слушателям предлагается следующий спектр изучаемых вопросов: знакомство с основными принципами и правилами педагогического речевого общения и риторики; знание основных этапов построения бесконфликтного общения; ознакомление с основными стратегиями и приемами эффективного речевого взаимодействия; изучение основных закономерностей использования вербальных и невербальных средств общения в ситуациях межличностного и профессионального взаимодействия; освоение этапов создания речевого выступления; ознакомление с правилами построения взаимодействия в ситуации дискуссии, полемики; изучение содержания современного риторического идеала в профессиональных ситуациях взаимодействия; ознакомление с правилами построения риторической аргументации.

На протяжении курса создаются условия для формирования у студентов-магистрантов следующих умений: освоение умений устанавливать вербальный и невербальный контакт, корректировать свое поведение в зависимости с целями, задачами и условиями ситуации общения; расширение опыта использования речевых навыков в ситуации изложения своей точки зрения и интеграции мнений остальных участников группы; освоение умений использования эффективных речевых средств для достижения устойчивых изменений и преодоления барьеров в ситуациях межличностного общения; освоение умения выбора тактики и стратегии общения, соответствующих ситуации взаимодействия и коммуникативному намерению; расширение диапазона эффективного использования выразительных средств русского языка в ситуациях межличностного и профессионального общения; освоение умения структурирования своей речи с учетом знаний правил эффективного общения и грамматики русского языка.

С целью максимальной реализации принципа активности при организации занятий по дисциплине «Тренинг профессионально ориентированной риторики, дискуссий и общения» учитываются следующие требования по его проведению:

- каждое занятие и тренинг в целом соответствует целям и задачам обучения;
- в процессе тренинга решаются практические проблемные ситуации;
- участники тренинга овладевают определенными знаниями и умениями, которые соответствуют данному этапу проведения тренинга;
- в процессе тренинга имеется возможность для использования и применения творческих элементов в играх, упражнениях, ситуациях общения;
- преподаватель выступает не только в роли руководителя тренинга, но и как консультант, корректор и даже участник;
- преподавателем обеспечиваются равные условия для участия и активности каждого участника тренинга;
- создаются условия для успешности активизации участников тренинга, доброжелательная, психологически безопасная обстановка в группе.

Организация изучения дисциплины в форме социально-психологического тренинга эффективна не только тем, что это активная форма обучения, но и тем, что в ходе его проведения возможно применение индивидуальной работы, совместного обсуждения, тестирования, проверки знаний студентов. Максимальная включенность каждого участника в совместную деятельность, личная ответственность за свой вклад в общий результат и личностный рост позволяют сформировать у них умения самостоятельной работы, способствуют развитию мышления и опыта самообразования.

В ходе тренинга (дискуссии, ролевой игры, рефлексии группы) каждый участник получает возможность осознать свой индивидуальный стиль взаимодействия в группе и скорректировать его в соответствии с целями группы и его личными целями.

Предложенные слушателям магистратуры формы активных методов на практических занятиях позволяют создать условия для освоения коммуникативных компетенций,

практических навыков взаимодействия в ситуациях критического мышления, овладения эффективными средствами коммуникаций для достижения устойчивых изменений в поведении.

Активные методы обучения позволяют значительно увеличить мотивацию в освоении коммуникативных компетенций и включенность слушателей в процесс обучения.

### ***Библиографический список***

1. Вербицкий, А.А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход / А.А. Вербицкий. - М: Высшая школа. 1991. – 345 с.
2. Захаров, В.П. Социально-психологический тренинг: учеб. пособие / В.П. Захаров, Н.Ю. Хрящева. – Л.: Изд. ЛГУ. 1989. – 50 с.
3. Макшанов, С.И. Психология тренинга / С.И. Макшанов. – СПб., 1997. – 69 с.

***Н.В. Глебова, Н.С. Корнилова***

## **ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ В ОРГАНИЗАЦИИ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ**

В процессе обучения одной из главных составляющих является процедура оценки знаний. Так, технология формирования профессиональных компетенций определяется уровнем передачи знаний, а эффективность восприятия составляющих педагогического процесса обучающимися – уровнем восприятия знаний. Контроль за этими процессами должен осуществляться с помощью системы оценки и контроля знаний. Оценка знаний должна зависеть от значимости профессиональных компетенций, формированию которых способствует та или иная дисциплина учебного плана. Основной же проблемой создания системы контроля знаний является проблема мотивации систематической работы студентов.

Мотивация студентов в вузе имеет разный характер и направленность. Именно мотивация обеспечивает сильные положительные или отрицательные переживания при достижении учебных целей получения высшего образования, активность или пассивность участия в учебном процессе.

В настоящее время многие авторы выделяют несколько ведущих мотивов в разной степени проявления у обучающихся: профессиональные, познавательные мотивы, мотивы личного престижа, прагматический мотив. Интересен тот факт, что по проведенным исследованиям была выявлена неоднозначность выраженности данных мотивов у студентов разных курсов (А.Н. Печников, Г.А. Мухина, М.В. Вовчик-Блакитная, Р.С. Вайсман). Но самое важное, что исследования установили прямую корреляционную связь между направленностью на приобретение знаний и успешностью обучения. Студенты, желающие получать новые знания, характеризуются постоянством учебной деятельности. При направленности на профессиональную деятельность они начинают делить предметы на «нужные» и «ненужные», что отрицательно сказывается на успеваемости по последним дисциплинам. Если рассматривать как ведущий мотив желание получить диплом, то студент главным образом будет искать пути сдачи экзаменов и зачетов, отвлекаться разными методами от занятий, от их посещения.

Для эффективной работы и функционирования системы контроля знаний необходимо развивать в первую очередь познавательные мотивы, мотивы достижения цели, стремление лучше учиться, что ведет к повышению и социальных мотивов (самоуважение, уважение других людей, например, друзей по студенческой группе и т.п.).

Функционирование системы оценки и контроля знаний в значительной степени зависит от профессиональных управленческих компетенций, особенно при учете современных требований к руководителю.

Управленческие компетенции – это совокупная характеристика специалиста, определяющаяся его личностными и профессиональными качествами, фундаментальными знаниями в области профессиональной деятельности, в теории и практике менеджмента.

Современному руководителю любого уровня должны быть присущи широкий социальный и культурный кругозор, гибкость мышления, умение работать с людьми, выстраивать конструктивные межличностные отношения, владение навыками коммуникативной деятельности; способность быть мобильным, оперативно принимать решения в типовых и атипичных ситуациях, готовность к инновационной деятельности (Д. Майстер).

Если мы посмотрим образовательную программу подготовки управленческих кадров, то увидим направленность дисциплин на развитие определенных управленческих компетенций. Так, гуманитарный, социальный и экономический цикл дисциплин учат корректно использовать профессиональную деятельность, иностранный язык в межличностном общении, информацию для ориентирования в проблемах различных сфер, применять социальные технологии в реализации управленческих процессов.

В результате студент приобретает и развивает компетенции информационного взаимодействия, проектирования социальных изменений, этических норм. Построение цикла математических и естественнонаучных дисциплин позволяет сформировать у студентов умение использовать математические приемы и модели для решения управленческих задач и принятия управленческих решений, что способствует формированию компетенции оценки происходящих событий, процессов, способности оперативно получать и интерпретировать информацию, моделировать системы управления.

Профессиональный цикл дисциплин необходим для овладения умением ставить цели и формулировать задачи, анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, организовывать командное взаимодействие и коммуникационные процессы, разрабатывать программы организационных и кадровых изменений, анализировать и правильно применять правовые нормы. Данные умения приводят к формированию у студентов таких управленческих компетенций, как компетенции самосовершенствования, отслеживания правильности управленческих решений, составления и работы с необходимой документацией, коммуникативная компетенция, компетенция проектной и технологической деятельности.

При построении образовательного процесса преподавателям следует учитывать взаимосвязи предметов и развитие определенной компетенции (компетенций). Выделять блоки тем, которые наиболее полно способствуют развитию профессиональных управленческих компетенций, уделять им большее внимание, строить занятия так, чтобы мотивировать студентов на непрерывный процесс овладения знаниями, умениями и навыками, необходимыми для качественной и продуктивной деятельности по отношению к выбранной профессии, на развитие компетенций каждым из студентов.

Такой подход к процессу обучения требует модернизации системы оценки и контроля знаний. Традиционная система оценки знаний студентов, базирующаяся на промежуточной аттестации в форме экзамена или зачета, не стимулирует систематическую работу студентов, а также не учитывает разный вклад дисциплин в формирование профессиональных компетенций.

При отсутствии или недостаточности текущего контроля в течение семестра или учебного года на экзамен или зачет ложится чрезмерная нагрузка. В то же время оценка, получаемая студентами на экзамене, в определенной степени зависит от ряда случайных факторов (выбор билета, психологическое и физическое состояние обучающегося и экзаменатора и т.д.).

При такой системе нет достаточной дифференциации в оценке знаний и умений студентов, а также отсутствует практически соревновательность между ними в овладении знаниями. Кроме того, существующие системы оценки и контроля знаний не позволяют сделать заключение об уровне профессиональной компетентности обучающегося в вузе.

Эти и ряд других соображений побуждают, по опыту многих зарубежных и

отечественных вузов, обратиться к балльно-рейтинговой системе оценки и контроля знаний студентов. В основу разработки рейтинговой системы должны быть положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного и итогового контроля. Предлагаемая система оценки и контроля знаний основана на использовании совокупности контрольных точек, оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. При этом предполагается разделение всего курса на ряд более или менее самостоятельных, логически завершенных частей (модулей) и проведение по ним контрольных акций.

Особо следует отметить, что рейтинговая система, являясь формой проверки приобретенных компетенций, активно влияет на изменение самой технологии обучения в вузе. Она является частью учебного и воспитательного процесса.

Полная оценка по дисциплине определяется по сумме баллов, полученных студентом по различным формам текущего контроля, и баллов, полученных при сдаче экзамена или зачета.

Формы текущего контроля знаний, умений и навыков студентов устанавливаются исходя, с одной стороны, из ограничений учебного плана, с другой стороны, они должны определяться спецификой преподаваемой дисциплины. При этом порядок изучения материала дисциплины может остаться без изменения или незначительно перегруппироваться в целях удобств выделения контрольных точек (срезов). На контрольные мероприятия рекомендуется выносить весь программный материал (все разделы) по дисциплине. Вид промежуточной аттестации и ее количество по каждой дисциплине определяются рабочим учебным планом.

При проведении рейтинговых контрольных мероприятий целесообразно активное использование современных средств и технологий автоматизированного контроля знаний, умений и навыков студентов.

Максимальная сумма баллов, которую обучающийся может набрать за семестр по каждому модулю или дисциплине в ходе текущего контроля ( $S_{\text{текущая}}$ ) и промежуточной аттестации ( $S_{\text{промежуточная}}$ ) определяется применяемой в вузе балльной системой оценки (пяти-, десяти- или стобалльная системы):

$$\max S_{\text{модуля}} = S_{\text{текущая}} + S_{\text{промежуточная}}.$$

При реализации образовательных программ по всем направлениям из указанных максимальных баллов по дисциплине распределение их на текущий контроль ( $S_{\text{текущая}}$ ) и на экзамен или зачет (промежуточная аттестация) ( $S_{\text{промежуточная}}$ ) производится в соответствии со спецификой дисциплины, то есть конкретное распределение баллов на текущий контроль по формам контроля устанавливается преподавателями кафедр.

Если промежуточная аттестация проводится по материалам двух текущих контролей, то итоговая сумма баллов текущего контроля выставляется с учетом коэффициентов ( $0 < K_i < 1$ ) за каждый текущий контроль. Так, если по текущему контролю 1-го модуля было получено  $S_1$  баллов и по текущему контролю 2-го модуля было получено  $S_2$  баллов, то перед началом экзамена или зачета во 2-м модуле итоговая сумма баллов текущего контроля будет равна

$$S_{\text{текущая}} = K_1 * S_1 + K_2 * S_2.$$

Значения весовых коэффициентов модулей  $K_i$  определяются вкладом составляющих дисциплин, изученных в этих модулях, в формирование профессиональных компетенций. Таким же образом производится оценка курсовых работ или проектов, производственной и учебной практик.

В целях ранжирования студентов и оценки качества их учебной работы, полученные суммы баллов по модулям  $S_{\text{текущая}} + S_{\text{промежуточная}}$ , пересчитываются в его рейтинг по данной дисциплине ( $R$ ). При этом для вычисления рейтинга по дисциплине необходимо суммировать

баллы, набранные по модулям, на которые разбивается дисциплина, умноженные на весовые коэффициенты  $r_i$ :

$$S_{\text{дисциплин}} = \sum_{i=1}^n r_i * S_{\text{модуля}_i}.$$

Таким образом, определяется загруженность дисциплины. Чем больше дисциплина по объему, чем большее количество баллов студент зарабатывает по ней. Весовые коэффициенты  $r_i$  определяются экспертами в зависимости от значимости учебного материала соответствующего модуля.

Суммарный рейтинг ( $R$ ) студента за семестр (учебный год) определяется суммированием рейтинговых баллов по дисциплинам, включая баллы за курсовую работу (проект) и практики. По данному рейтингу осуществляется ранжирование студентов.

Основными преимуществами введения такой системы являются:

- наличие стимулирования повседневной систематической работы студентов;
- снижение роли случайностей при сдаче экзаменов или зачетов;
- повышение состязательности в учебе, заменяющее усреднение категории отличников, хорошистов, троечников оценкой реального места, которое занимает обучающийся в соответствии со своими успехами;
- повышение мотивации студентов к освоению профессиональных образовательных программ на базе более высокой дифференциации оценки результатов их учебной работы.

Создание системы, мотивирующей студентов на получение знаний, является, на взгляд авторов, наиболее важной задачей при создании эффективной системы оценки и контроля знаний, потому что наличие даже «идеально» функционирующих процессов обучения не гарантирует вовлеченность в них значительной части студентов. Кроме того, учет в этой системе вклада каждой дисциплины учебного плана в формирование профессиональных компетенций позволит целенаправленно сделать реальную оценку знаний, умений и навыков будущего специалиста.

*Ю.Н. Муравьева, Е.Е. Щербакова*

## **ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕТРАДИЦИОННЫХ ТЕХНИК РИСОВАНИЯ**

«Развитие творчества как качества личности дошкольника должно стать одной из основных задач в системе воспитания ребенка», – утверждает Г.Г. Григорьева. Одним из основных условий развития творческой личности дошкольника является широкий подход к решению проблемы. Особым потенциалом развития креативности у дошкольников обладает изобразительная деятельность, освоение которой интенсифицирует работу отделов мозга, ответственных за психофизические процессы, логическое мышление, образные представления и др.

На основе изучения психолого-педагогической литературы авторами была определена структура креативности ребенка-дошкольника, которая включает три подструктуры: мотивационная сфера (потребность в познавательной и созидательной деятельности), интеллектуальная сфера (мышление, восприятие, воображение, кругозор), личностные качества (любопытность, инициативность, эмпатия).

Для педагогики особенно важно, что творчество развивается по законам формирования деятельности.

Творческой деятельности присущи все необходимые деятельностные компоненты: цель, определяемая потребностями и мотивами, исходный предмет, являющийся материалом деятельности и определяющий ее специфику (трудовая, речевая, изобразительная и т.д.), средства преобразования исходного предмета в результат деятельности, практические и психические действия, совершаемые субъектом, результат деятельности. Каждый из компонентов творческой деятельности характеризуется своими особенностями, которые

определяют специфику деятельности в целом. Дошкольный и подростковый возраст наиболее сензитивен для развития креативности, так как в этом возрасте происходит интенсивное развитие личности и интеллектуальной сферы, что является составляющими креативности.

В России накоплен весьма ценный опыт эстетического воспитания в детских садах и учреждениях дополнительного образования. Их программы охватывают различные виды творчества (изобразительное, музыкальное, хореографическое и др.). Однако будучи нацелены на освоение детьми конкретных технологий, специалисты, работающие в такого рода учреждениях, слабо ориентированы на развитие креативности.

Дети восприимчивы к окружающему. Необходимо, чтобы окружающая их обстановка была содержательна, информативна, привлекательна и доступна, а педагоги должны разбираться в вопросах художественного воспитания детей, воспитывать эстетический вкус и потребность к творчеству.

Важное место в развитии детского творчества и креативности занимает создание педагогом специально организованной предметно-пространственной среды. Сам педагог и окружающая ребенка среда должны побуждать его к творческой деятельности, она рассматривается как условие, заданное для человека извне.

Материальным элементом пространственной среды являются и изобразительные материалы для художественной деятельности детей.

Для ребенка художественный материал обладает завораживающей, притягательной силой. Он подсказывает замысел, воздействует на его характер, способствует созданию художественного образа.

Познавая свойства и качества разнообразных материалов, дети обогащают свой сенсорный опыт. Использование различных материалов можно создать ситуацию свободного выбора, так необходимую в творческой деятельности.

В творческой деятельности ребенка следует выделять три основных этапа.

*Первый* – возникновение, развитие, осознание и оформление замысла. Знакомство, обучение и использование нетрадиционной техники рисования может подсказать замысел и сюжет будущей работы. Детям все интересно вокруг, и в старшем дошкольном возрасте у детей присутствует познавательная мотивация, таким образом, нетрадиционная техника исполнения может играть дополнительную роль мотивации извне.

*Второй этап* – процесс создания изображения. Деятельность на этом этапе требует от ребенка умения владеть способами изображения, выразительными средствами. Дети к старшему дошкольному возрасту в достаточной степени овладевают художественными материалами, традиционно используемыми в детских садах. Именно в этом возрасте целесообразно вводить занятия изобразительной деятельностью с использованием нетрадиционных техник, которые помогают детям полно и правдоподобно отобразить их представления, накопленные образы. Также нетрадиционные техники рисования будут способствовать и развитию ассоциативности мышления, а, как следствие, воображению и креативности в целом.

*Третий этап* – анализ результатов – тесно связан с двумя предыдущими: это их логическое продолжение и завершение. Просмотр и анализ созданного детьми осуществляются при их максимальной активности, что позволяет полнее осмыслить результат собственной деятельности и деятельности других детей.

Дети рисуют все, что видят, знают, слышат. Творчество требует от человека координации всех нравственных сил, и этот всплеск активности благотворно влияет на психику человека, а значит, и на его здоровье.

Развивая у детей творческие способности в изобразительной деятельности, главное верить, что художественное творчество не знает ограничений ни в материале, ни в инструментах, ни в технике.

Обучая нетрадиционным техникам рисования, педагог дает детям возможность более полно и ярко выразить свой замысел, передать образ изображаемого в рисунке. Существуют художественные техники, которые уводят ребенка от стандарта, не загоняют его в какие-то рамки. Разнообразие способов рисования рождает у детей оригинальные идеи, развивает

фантазию и воображение, вызывает желание придумывать новые композиции. Формой существования любого вида творчества является художественный образ. В нем и заключено воспитательно-познавательное значение творчества. Выразительность и изобразительность художественного образа неразрывны на всех этапах его существования: от первоначального замысла до восприятия законченного произведения. Изобразительное и выразительные начала в художественном образе выступают как единство познания и оценки окружающей действительности.

Обобщая изложенное, подчеркнем, что в основе создания художественного образа лежит единство изобразительности и выразительности. Отсюда следует важная мысль, что в числе факторов, влияющих на формирование творческого выразительного художественного образа в рисунке детей дошкольного возраста во всей полноте его качественных характеристик, особая роль принадлежит двум: формированию художественно-образного мышления ребенка и обучение его процессу создания изображения. Самый лучший замысел не может быть реализован, если художник не владеет всем разнообразием средств выражения.

Воплощению замысла в художественное произведение способствует материал – язык искусства. Материал активно участвует в характеристике образа, помогает выражению замысла, обнажая в то же время собственную красоту, раскрывая свою природу. Различная комбинация элементов изобразительного языка может лучше или хуже выразить мысль художника, его идеи, чувства.

Существует много техник нетрадиционного рисования, они позволяют детям быстро достичь желаемого результата и, самое главное, развивают ассоциативное восприятие и мышление, воображение и фантазию. При выборе нетрадиционного метода рисования необходимо учитывать возрастные особенности детей.

Для детей младшего школьного возраста доступны будут доступны и целесообразны следующие техники:

- рисование пальчиками;
- оттиск печатками из картофеля;
- тычок желтой полусухой кистью.

Детей среднего дошкольного возраста можно знакомить с более сложными техниками:

- оттиск поролоном;
- оттиск печатками из ластика;
- свеча+акварель;
- отпечатки листьев;
- рисунки из ладошки;
- волшебные веревочки;
- восковые мелки+акварель.

В старшем дошкольном возрасте дети могут освоить еще более трудные методы и техники:

- кляксорафия обычная;
- кляксорафия с трубочкой;
- монотипия предметная;
- монотипия пейзажная;
- печать по трафарету.

Для маленького художника весьма важно, чтобы зрители узнали нарисованное. Поэтому он должен представить все основные свойства предмета (или явления), который он хочет изобразить. А чтобы наиболее полно передать образ явления или предмета, педагог должен вооружить ребенка знаниями и умениями изобразительного творчества, расширить его опыт по использованию художественных материалов и способов изображения, и нетрадиционные техники рисования здесь как нельзя кстати.

Таким образом, нетрадиционные техники рисования обладают большим потенциалом для развития креативности и ее составляющих у дошкольников.

## ВЛИЯНИЕ ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА НА УРОВЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ КОММУНИКАТИВНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

О личносно-ориентированном обучении размышляли многие ученые, занимающиеся проблемами педагогики. Они выделяли его особенности, описывали его разновидности (природосообразное, развивающее, проблемное, эвристическое). Одни предлагали видеть в нем реализацию индивидуального подхода в обучении через организацию и предъявление учебного материала разного уровня трудности, таким образом, синонимируются понятия «индивидуальный» и «личный» подход, другие связывают его с инновационными процессами в образовании. Однако, по мнению В.В. Серикова, только синтез различных интерпретаций личностного подхода может обеспечить «прорыв» к качественно новым системам и технологиям образования, гармонично соединяющим функциональное и личностное развитие обучаемых.

Принципы личносно-ориентированного обучения в высшей школе нашли свое отражение в работе нижегородского ученого М.А. Викулиной [1], которая, размышляя о характере подготовки будущих педагогов, выделяет ведущие функции учебного процесса личного характера: методологическую, мотивирующую, интегрирующую, ориентирующую в профессиональной культуре, накопительную, коммуникативную, практическую, саморазвивающую, компенсаторную.

Нельзя не отметить, что выполнение этих функций актуально при обучении студентов коммуникативных специальностей, и особое место среди них занимает коммуникативная, ведь без полноценного диалога, происходящего на разных уровнях (студент - студент, студент - преподаватель) не будет достигнут высокий уровень профессиональной подготовки. Данная функция в работе со студентами коммуникативных специальностей будет во многом синонимироваться с практической функцией и функцией, ориентирующей в профессиональной культуре, неотъемлемой частью которой становится умение вести диалог.

В структуре технологий личносно-ориентированного обучения, разрабатываемых в рамках волгоградской научной школы под руководством В.В. Серикова [2], выделены несколько основных компонентов:

- ситуация развития, характеризующаяся целостным восприятием учебного предмета (проблемы, задачи) и поиска в них собственных смыслов;
- личный опыт, формирующийся из необходимого минимума действий, переживаний, рефлексивных актов, через которые должна пройти личность, чтобы быть включенной в педагогический процесс;
- варианты учебного диалога в системе межсубъектных отношений;
- творческое (игровое) моделирование своего поведения на основе усвоения образовательного содержания.

По мере развития образовательного процесса сложная технологическая цепочка выстраивается как на основе последовательного перехода от одной базовой системы к другой, так и с помощью параллельного включения диалоговых и игровых форм, позволяющих усложнять деятельность и обеспечивающих личностное присвоение опыта, проживаемого студентами. Триада *задача – диалог – игра* образует базовый технологический комплекс личносно-ориентированного обучения.

Особое место в этой структуре занимает диалог, который предполагает многовариантность и выступает как одно из звеньев методологической триады, без которого невозможна игра, ведь любая игра – взаимодействие, диалог. В процессе постановки задачи в условиях личносно-ориентированного обучения преподаватель создает ситуацию для дальнейшего развития каждого студента, чтобы он смог проявить себя в коллективе с наиболее выигрышной стороны.

В данной ситуации интересен опыт, представленный Е.В. Матухно [3], которая в своей



работе со студентами активно использует метод диалогической вовлеченности, считая, что только диалог может обеспечить нужное качество взаимодействия преподавателя и студента. Во время диалога студенты учатся формулировать вопросы, ставить личностные задачи, также идет поиск конечного результата проведенных исследований. Выстраивая дискуссию как групповой диалог, стимулирующий мышление и побуждающий к обмену мнениями при помощи открытых вопросов, исследователь стал практиковать дискуссии со студентом в роли ведущего. В результате наиболее эффективной оказалась форма самоорганизующейся дискуссии. Обязательный рефлексивный момент в конце занятий, организованный в виде обмена мнениями среди студентов, позволяет педагогу видеть результаты дискуссии и сопоставить их с дальнейшими целями.

Для того, чтобы студент смог полноценно вести, например, на занятии по культурологии дискуссию с аудиторией, управлять ее ходом и участвовать в ней, он должен будет к ней самостоятельно подготовиться, следовательно, изучить необходимые тексты, произведения, посмотреть мнения культурологов о тех или иных явлениях культуры и составить собственное суждение. Только пройдя эти формы самостоятельной работы, студент сможет стать полноправным участником диалога, почувствовать значимость своего мнения, ощутить свой вклад в решение поставленной проблемы.

Для реализации условий личностно-ориентированного подхода необходима разработка особой структуры лекционного занятия как целостного педагогического явления и своеобразной педагогической системы в рамках любой педагогической технологии. М.А. Викулина, отмечая, что наиболее сложным в реализации концепции личностно-ориентированной подготовки явилась дифференциация учебной информации на лекционном занятии, выделяет несколько композиционных особенностей такой лекции. Отметим наиболее актуальные, на взгляд автора, моменты построения лекции для студентов коммуникативных специальностей:

- цели лекции направлены на создание условий, а также коррекцию и сближение государственных и личных целей каждого студента, что способствует развитию инициативы и осознанному усвоению учебного материала. Каждая лекция начинается с постановки цели, сообщается об ее плане, количестве «узловых» вопросов, большое значение придается мотивационной сфере студентов. В конце лекции выделяются ключевые слова, делается обобщение. Особое внимание придается эмоциональному фону лекции. Для этого преподаватель раскрывает материал в таком виде, который отражает его субъективное видение, показывает свой ход мышления, свои чувства. В ходе лекции широко применяется *диалог*, располагающий преподавателя к студентам и раскрывающий *коммуникативную культуру преподавателя*, включаются соревновательные механизмы;

- с точки зрения содержания, необходима интеграция знаний из разных областей наук, обогащающая видение студентами многогранности выбранной ими профессии.

Таким образом, используя личностно-ориентированный подход, можно развить коммуникативные навыки студентов и, тем самым, повысить уровень профессиональной культуры будущих специалистов в данной области. Это становится возможным как на практических занятиях, так и на лекционных, где образцом коммуникативной культуры должен стать преподаватель.

### ***Библиографический список***

1. Викулина, М.А. Реализация личностно-ориентированного процесса подготовки педагогов / М.А. Викулина. – Н. Новгород: ВГИПИ, 2001.
2. Сериков, В.В. Образование и личность. Теория и практика проектирования педагогических систем. / В.В. Сериков. – М.: Логос, 1999.
3. Матухно, Е.В. Гуманистически ориентированное взаимодействие между преподавателями и студентами как условие становления личности / Е.В. Матухно // Высшее образование сегодня. 2007. №12. С. 44–45.

## СТАНОВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА В СОВРЕМЕННОЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

Концепция модернизации российского образования на период до 2010 года подчеркивает необходимость «ориентации образования не только на усвоение обучающимся определенной суммы знаний, но и на развитие его личности, его познавательных и созидательных способностей. Высшая школа должна формировать целостную систему универсальных знаний, умений и навыков, а также самостоятельной деятельности и личной ответственности обучающихся, т.е. ключевые компетенции, определяющие современное качество образования».

Соответственно, фиксируется компетентностный подход в образовании. В то же время анализ литературы по проблеме показывает всю сложность, многомерность и неоднозначность трактовки как самих понятий «компетенция», «компетентность», так и основанного на них подхода к процессу и результату образования.

«В понятие «компетенция» входит несколько терминов: прирожденная склонность (одаренность), способность (как свойства личности), умение, навыки...» (Хуторской А.В.).

В зарубежной литературе под компетентностью подразумевают «углубленное знание», «состояние адекватного выполнения задачи», «способность к актуальному выполнению деятельности» и т.д.

В документе «Регулирование образовательных структур в Европе» компетенции в каждом ряде классификации представлены:

- 1) как инструментальные – когнитивные способности, методологические, технологические и лингвистические способности;
- 2) межличностные – индивидуальные способности как социальные навыки (социальные интеракции и кооперация);
- 3) системные – способности и навыки, относящиеся к целым системам (комбинирование понимания, восприятия и знания, приоритет в приобретении требуемых инструментальных и межличностных компетенций).

Компетенции широкого спектра использования получили название ключевых или базовых, также существуют и профессиональные (специальные) компетенции

В ходе работы программы TUNING, в которой приняли участие более ста университетов из 16 стран, подписавших Болонскую декларацию, было выделено несколько групп компетенций.

К общим компетенциям относятся:

1. *Инструментальные* компетенции, которые включают когнитивные способности, способность понимать и использовать идеи и соображения; методологические способности, способность понимать и управлять окружающей средой, организовывать время, выстраивать стратегии обучения, принятия решений и разрешение проблем; технологические умения, умения, связанные с использованием техники, компьютерные навыки и способности информационного управления; лингвистические умения, коммуникативные компетенции. Конкретизированный список инструментальных компетенций: способность к анализу и синтезу, к организации и планированию; базовые знания в различных областях; тщательная подготовка по основам профессиональных знаний; письменная и устная коммуникация на родном языке; знание второго языка; элементарные навыки работы с компьютером; навыки управления информацией (умение находить и анализировать информацию из различных источников); решение проблем; принятие решений.

2. *Межличностные* компетенции, то есть индивидуальные способности, связанные с умением выражать чувства и отношения, критическим осмыслением и способностью к самокритике, а также социальные навыки, связанные с процессами социального взаимодействия и сотрудничества, умением работать в группах, принимать социальные и этические обязательства: способность к критике и самокритике; работа в команде; навыки межличностных отношений; способность работать в междисциплинарной команде; способность общаться со

специалистами из других областей; способность воспринимать разнообразие и межкультурные различия; способность работать в международной среде; приверженность этическим ценностям.

3. *Системные компетенции*, то есть сочетание понимания, отношения и знания, позволяющие воспринимать, каким образом части целого соотносятся друг с другом и оценивать место каждого из компонентов в системе, способность планировать изменения с целью совершенствования системы и конструировать новые системы. К ним относятся: способность применять знания на практике, исследовательские навыки, способность учиться, способность адаптироваться к новым ситуациям, способность порождать новые идеи (креативность), лидерство, понимание культур и обычаев других стран, способность работать самостоятельно, разработка и управление проектами, инициативность и предпринимательский дух, забота о качестве, стремление к успеху.

*Специальные (профессиональные) компетенции.* Компетентности формируются в процессе обучения и не только в школе, но и под воздействием семьи, друзей, работы, политики, религии, культуры и др. В связи с этим, реализация компетентностного подхода зависит от всей в целом образовательно-культурной ситуации, в которой живет и развивается школьник. Применительно к каждой компетентности можно выделять различные уровни ее освоения (например, минимальный, продвинутый, высокий).

Компетентностный подход – относительно новое явление в науке, системный подход, для которого характерна ориентация образования и воспитания на конечный практический результат.

Сам принцип компетенции зародился в рамках одной из конкретных наук и был впоследствии экстраполирован в качестве научного метода, применимого к различным сферам знания, включая педагогику. Его возникновение принято возводить к исследованиям известного американского лингвиста Н. Хомского. Хомский сформулировал понятие компетенции применительно к теории языка, трансформационной (генеративной) грамматике. Он отмечал, что «...мы проводим фундаментальное различие между компетенцией (знанием своего языка говорящим – слушающим) и употреблением (реальным использованием языка в конкретных ситуациях). Только в идеализированном случае... употребление является непосредственным отражением компетенции. В действительности же оно не может непосредственно отражать компетенцию... противопоставление, вводимое мною, связано с сосюрсовским противопоставлением языка и речи, но необходимо... скорее вернуться к гумбольдтовской концепции скрытой компетенции как системы порождающих процессов». Обратим здесь внимание на то, что именно «употребление» есть актуальное проявление компетенции как «скрытого», потенциального. Употребление, по Н. Хомскому, «в действительности» в реальности связано с мышлением, реакцией на использование языка, с навыками и т.д., т.е. связано с самим говорящим, с опытом самого человека.

Проведенный анализ работ (Н. Хомский, Р. Уайт, Дж. Равен, Н.В. Кузьмина, А.К. Маркова, В.Н. Куница, Г.Э. Белицкая, Л.И. Берестова, В.И. Байденко, А.В. Хуторской, Н.А. Гришанова и др.) позволил условно выделить три этапа становления компетентностного подхода в образовании.

Первый этап – 1960–1970 гг. – характеризуется введением в научный аппарат категории «компетенция», созданием предпосылок разграничения понятий «компетенция/компетентность». С этого времени начинается в русле трансформационной грамматики и теории обучения языкам исследование разных видов языковой компетенции, введение понятия «коммуникативная компетентность» (Д. Хаймс).

Второй этап – 1970–1990 гг. – характеризуется использованием категории «компетенция/компетентность» в теории и практике обучения языку (особенно неродному), профессионализма в управлении, руководстве, менеджменте, в обучении общению. В это время разрабатывается содержание понятия «социальные компетенции/компетентности». В работе Дж. Равена «Компетентность в современном обществе», появившейся в Лондоне в 1984 г., дается развернутое толкование компетентности. Это такое явление, которое «состоит из большого

числа компонентов, многие из которых относительно независимы друг от друга, ... некоторые компоненты относятся скорее к когнитивной сфере, а другие – к эмоциональной, ... эти компоненты могут заменять друг друга в качестве составляющих эффективного поведения», как подчеркивает Дж. Равен, «виды компетентности» суть «мотивированные способности».

Третий этап исследования компетентности как научной категории в России применительно к образованию, начиная с 1990 г., характеризуется появлением работ А.К. Марковой (1993 г., 1996 г.). В этот же период Л.М. Митиной было продолжено исследование Л.А. Петровской в плане акцента на социально-психологический (конфликтология) и коммуникативный аспекты компетентности учителя.

В 1990 году Международной организацией труда в квалификационные требования к специалистам в системе последиplomного образования, повышения квалификации и переподготовки управленческих кадров было введено понятие «ключевые компетенции». В середине 1990-х гг. оно начинает определять требования к подготовке специалистов в высшей школе.

Одно из главных достоинств компетентностного подхода заключается в том, что его применение в образовании позволяет сохранять гибкость и автономию в архитектуре учебного плана. Однако, несомненно, что реализация компетентностного подхода потребует изменения методов оценки обучения и технологий управления качеством.

Реализация компетентностного подхода требует создания новых учебных пособий, ориентированных на достижение не только предметных, но и метапредметных результатов (способы познавательной, практической, коммуникативной и ценностно-ориентированной деятельности).

Завершая анализ основных понятий и вопросов, относящихся к сфере компетентностного подхода, обратим особое внимание на то, что, наряду с разработкой современных концепций модернизации отечественного образования, необходимо учитывать богатейший опыт, накопленный отечественной школой в области совершенствования всех сторон образовательного процесса.

В материалах OCR RECOGNISING ACHIEVMENT ключевые компетенции определяются как важные специфические компетенции, которые используются в повседневной жизни при осуществлении деятельности в области образования, на рабочем месте или при получении (профессиональной) подготовки.

*О.Ю. Сысорова*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КУРСЕ «ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ И МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ»**

Инновационная деятельность в современных условиях становится неотъемлемой частью всех сторон жизни общества. Она детерминирована прежде всего социальным взаимодействием. Поэтому для любой развивающейся социальной системы важно привлекать как можно больше талантливых, мыслящих, нацеленных на инновационную деятельность людей. С другой стороны, чтобы стимулировать тенденции к созданию нового, необходимо создавать условия для интеллектуального, личностного и творческого развития специалистов. Такую возможность предоставляет использование инновационных технологий при подготовке студентов высших учебных заведений. В данной статье представлен подобный опыт при изучении дисциплины «Психология личности и межличностные отношения» в курсе подготовки специалистов по связям с общественностью.

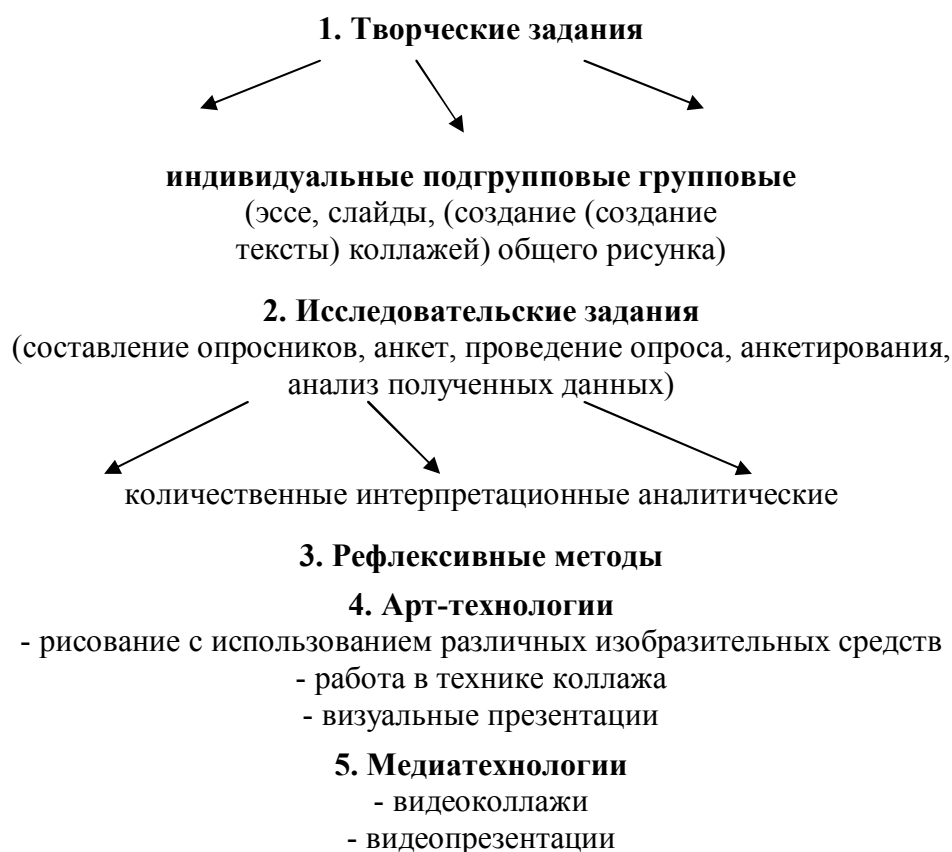
Специфика деятельности специалистов данного профиля предполагает общение с широким кругом людей как на исполнительском, так и на управленческом уровнях. В связи с этим, необходимо иметь определенные знания, умения и навыки эффективной коммуникации на том и

другом уровнях. Неотъемлемой частью при этом является процесс самопознания и самоанализа. Поэтому на практических занятиях студентам предоставляется возможность с помощью психодиагностических методик исследовать личностные особенности, особенности межличностных отношений и преобладающего стиля коммуникации, ведущее «эго-состояние», уровень развития эмпатических, коммуникативных, организаторских, лидерских и других способностей, структуру аффилиативных потребностей.

В рамках дисциплины учебным планом предусмотрены лабораторные занятия. Они проводятся в форме психологического тренинга «Эффективное общение» и предназначены для овладения студентами некоторыми навыками и умениями, обеспечивающими эффективность коммуникации. К ним относятся прежде всего способность устанавливать и поддерживать контакт с любыми участниками коммуникативного процесса, умение слушать и слышать собеседника, правильно задавать вопросы, концентрировать внимание на собеседнике, понимать его интересы и мотивы, свободно владеть вербальными и невербальными средствами общения. Кроме того, в ходе тренинга студенты отрабатывают навыки убеждения другого с помощью конструктивных способов (логичности доводов, аргументации), приобретают и совершенствуют навыки организации группового взаимодействия, а также коммуникативные навыки, необходимые для ведения групповой дискуссии, развивающие способность к сотрудничеству.

В ходе проведения семинарских и лабораторных занятий активно используются игровые техники: психотехнические упражнения, игры, ролевые игры. Психотехнические игры и упражнения способствуют осознанию собственных позиций и качеств, проявляемых в процессе межличностного взаимодействия. С помощью ролевых игр рассматриваются проблемные ситуации, возникающие в ходе развития межличностных отношений. Студенты имеют возможность в ролевых играх найти возможные варианты разрешения сложных ситуаций и отследить наиболее эффективные из них.

Инновационным подходом в преподавании дисциплины является интегрированное использование методов и форм, различных технологий, подразумевающих активные формы обучения и получения знаний студентами. Данный комплекс представлен на рис. 1.



- видеоролики  
- демонстрация документальных фильмов

**Рис. 1**

Данные формы работы вызывают большой интерес со стороны студентов. Применение медиатехнологий способствует также развитию навыков анализа ситуаций, представленных в х/ф, т/ф, СМИ с учетом теоретических знаний по курсу «Психология личности и межличностные отношения». Это позволяет, в том числе, в интересной и занимательной форме проводить текущий контроль знаний студентов. Кроме того, комплекс указанных методов и технологий способствует развитию креативности, активному участию студентов в создании инновационного продукта. Это, в свою очередь, является одним из условий развития готовности к инновационной деятельности.

Специфика рассмотренного инновационного подхода к преподаванию дисциплины позволяет вычленить ключевую идею. В данном курсе студенты имеют широкие возможности не только изучить теоретический материал, но непосредственно понять, как он применяется на практике и какие умения и навыки необходимо развивать для эффективной коммуникации и построения более эффективных межличностных отношений.

Проведение лабораторных работ в нетрадиционной для технического вуза форме психологического тренинга позволяет развивать у студентов необходимые способности, умения и навыки, используя активные методы обучения. На взгляд автора, в дальнейшей профессиональной деятельности специалистов опыт, приобретенный ими на практических и лабораторных занятиях, будет содействовать повышению готовности к инновационной деятельности, а также активизации инновационных процессов в профессиональной сфере, что, в свою очередь, увеличит востребованность данных специалистов на рынке труда.

*Т.Р. Бардинская*

## **ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ СЕРВИСА И ТУРИЗМА К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Программа подготовки специалистов в области сервиса и туризма существует в нашем университете уже девять лет, и за это время был накоплен опыт обучения студентов иностранному языку.

Процесс обучения студентов специальности «Туризм» построен в соответствии с высокими требованиями, предъявляемыми к сегодняшнему выпускнику данной специальности. Основной задачей курса является согласование программы обучения иностранным языкам с образовательными стандартами, для которых характерна ориентация на практическое применение знаний. Выпускники должны уметь анализировать и решать практические проблемы с учетом междисциплинарных аспектов.

В связи с этим, преподаватели кафедры иностранных языков модифицируют процесс обучения будущих специалистов индустрии гостеприимства иностранному языку. Основой инновационной деятельности являются следующие инновационные факторы:

- модульная система построения курса иностранного языка;
- компетентностный подход к обучению;
- формирование профессионально значимых качеств (ключевых компетенций) на основе иноязычной коммуникативной компетенции.

Модульная система представляет собой совокупность модулей, являющихся законченным самостоятельным разделом программы.

Цели первого модуля ничем не отличаются от целей обучения студентов других специальностей: совершенствуются умения монологического высказывания и диалогической речи, особый акцент делается на фонетику и интонацию, грамматическую чистоту речи. Также очень важен психологический аспект, так как студенты с первого курса должны быть нацелены

на общение с клиентами, без этого немыслима работа в сфере гостеприимства. И наша задача научить их этому, помочь осознать, что они – лицо страны и нашего города.

Затем начинается обучение деловому английскому языку. Необходимость обучения студентов деловому языку и деловой документации продиктована не только требованиями программы, но и самой жизнью. В независимости от того, специалистами в какой области они станут в будущем, знания и навыки деловой коммуникации и корреспонденции – это «тот багаж, который они возьмут с собой в долгое путешествие».

Реалии современного рынка таковы, что знание иностранного делового языка в дополнение к качественному профессиональному образованию – это залог гарантированного трудоустройства. И если еще несколько лет тому назад такие требования предъявлялись к соискателям на вакантную должность в иностранной компании, то активное расширение экономических связей в последнее время привело к тому, что и большинство российских компаний (и не только крупных) предпочтение отдают тем кандидатам, кто в своем резюме указывает, что они владеют иностранным языком, а в лучшем случае предоставляют международный сертификат, подтверждающий этот уровень.

Но все это характерно и для других направлений, а специфика данного курса заключается в обучении не только стандартному деловому английскому языку, но и формированию навыков и умений в области продаж, решения конфликтов и бронирования. В этом очень помогают аутентичные учебники по международному туризму. Данный курс включает в себя следующую тематику делового общения:

- цели деятельности компании;
- структура учреждения;
- трудоустройство;
- прием посетителей;
- ведение деловых переговоров;
- деловое общение по телефону и т.д.

Раздел курса, посвященный бизнес-корреспонденции, включает в себя работу с наиболее часто встречаемыми видами документации:

- письмо-запрос;
- письмо-предложение;
- рекламации;
- документы, связанные со страхованием грузоперевозок, форм платежа и

т.д.

Кроме того, не стоит забывать и о другой стороне этой профессии: работе гида, которая является как одной из самых важных в индустрии гостеприимства, так и самой сложной.

Данному виду деятельности студенты обучаются на 4–5-ом курсах в рамках предмета «Экскурсионно-выставочная работа на английском языке». Обучение в рамках указанной дисциплины включает в себя работу с текстами и лексикой краеведческого характера, компьютерными презентациями, практическое применение изученного материала – выход на объекты с экскурсиями, и логическим завершением является курсовой проект на английском языке с мультимедийной презентацией. Темы курсовых проектов разнообразны, но все они предполагают не только описание объектов, но и небольшое маркетинговое исследование, а также разработку тура по данному проекту.

Безусловно, работа со студентами направления «Социально-культурный сервис и туризм» – это праздник, как и сама их будущая специальность, но за ним стоят тяжелые будни каждодневных аудиторных занятий, так как каждый праздник требует соответствующей подготовки.

## **РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ КАЧЕСТВ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ СРЕДСТВАМИ ДИСТАНЦИОННЫХ ОЛИМПИАД**

Требования, предъявляемые к выпускнику вуза, в контексте с теми приоритетными направлениями в образовании, которые сложились на сегодняшний день, включают развитие многих компетентностей, среди которых нужно отметить коммуникативную. Мир не мыслится без непрерывной передачи данных. Современный человек постоянно находится в условиях информационного обмена. Ценность коммуникативных умений бесспорна.

Развитие коммуникативных качеств особенно важно для будущих учителей. Как показывает опыт, студенты, проходя педагогическую практику, встречаются трудности, связанные с умениями грамотно излагать мысли, четко выражать свое мнение, находить общие интересы с остальными участниками учебного процесса. Мы можем говорить о некой стрессовой ситуации, в которой оказывается практикант. В аспекте современных подходов к организации процесса обучения является важным формирование коммуникативных навыков. Возникает потребность организации педагогических условий для формирования коммуникативной компетентности, которые способствовали бы быстрой адаптации студентов на педагогической практике. Будущий преподаватель должен владеть речевой свободой. Студент, чувствующий себя скованно, не может осуществлять сотрудничество на уроке, вести диалог с учащимися.

В данной статье рассмотрены дистанционные технологии как средство развития коммуникативных качеств будущих учителей. В последнее время дистанционное обучение интенсивно развивается. Дистанционный подход в образовательном процессе используют все большее число вузов. Преимущественно под дистанционным образованием понимаются телеконференции, веб-семинары, дистанционные уроки. В последнее десятилетие активно проводятся сетевые дистанционные конкурсы и олимпиады для студентов [1, 2]. В контексте электронного обучения участники образовательного пространства осуществляют коммуникации с разной аудиторией: организаторами конкурса, руководителем команды, остальными участниками соревнования. Широта амплитуды аудитории заставляет увеличивать доминанту коммуникационной мобильности студентов.

Педагогический процесс изначально может быть рассмотрен как коммуникативная система. Дистанционный характер придает такой системе расширенные возможности формирования коммуникативной компетентности. Поскольку дистанционные конкурсы предполагают активное использование электронной почты, форумов, чатов, студенты должны знакомиться с правилами составления письменных сообщений. Формы организации он-лайн общения участников олимпиады формируют навыки письменной речи. Студенты учатся тому, как начать письменное сообщение, как коротко и ясно сообщить в нем суть проблемы, точно задать вопрос, закончить беседу с переписчиком. Наряду с формированием навыков письменного общения, студенты участвуют в традиционном обсуждении вопросов, очерченных проблемным кругом олимпиады.

Дистанционная форма сетевых конкурсов способствовала общению студентов из разных городов. Результатом такого взаимодействия стал обмен опытом между участниками, установление контакта. Роль подобных мероприятий сложно недооценить. Студенты получают возможность обмениваться мнениями по ученой проблеме со сверстниками. Можно было бы возразить: есть социальные сервисы сети Internet, которые обеспечивают общение. Однако такие сервисы поддерживают, как правило, неформальное взаимодействие участников коммуникативного процесса. Выражение мыслей, умение формулировать идеи, выражать их доступно для понимания других – вот итог дистанционного общения.

В ходе выполнения заданий конкурсов возможны ошибки. В случае неудачи, согласно цели формирования коммуникативных навыков, руководитель команды не должен вступать в процесс выполнения заданий. Роль преподавателя сводится к тому, чтобы, подсказывая, направляя, давать возможность студентам переосмыслить ситуацию, взглянуть на нее под



новым углом, сделать выводы и исправить ситуацию. Общее решение, выработка модели дальнейшего поведения определяется в коллективном обсуждении.

Каждый этап дистанционной олимпиады включал в себя подведение промежуточных итогов, анализ собственной деятельности в рамках конкурса. Рефлексия помогала участникам формулировать причины полученного результата, строить линию дальнейшего саморазвития. Как следствие, студенты осваивали приемы проведения самоанализа деятельности, учились выслушивать критику и адекватно реагировать на замечания. Полученные результаты свидетельствуют о формировании коммуникативных качеств.

Осмысление опыта организации студенческих команд в условиях дистанционных олимпиад позволяет сделать вывод о том, что такая форма работы стимулирует развитие коммуникативных компетентностей участников и является важной составляющей в общей схеме процесса обучения.

### **Библиографический список**

1. Ибрагимов, И.М. Информационные технологии и средства дистанционного обучения: учеб. пособие / И. М. Ибрагимов; ред. А. Н. Ковшов. – 3-е изд., стер. – М.: Академия, 2007. – 336 с.
2. Дистанционное обучение: учеб. пособие для пед. вузов. – М.: ВЛАДОС, 1998. – 192 с.

**О.А. Гнездилова, Н.В. Мордовченков**

### **МЕТОДИКА ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ: ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ АСПЕКТ**

По мнению авторов, инфраструктура ДО может быть предоставлена в виде концепций эффективного сценария образовательных услуг, в результате кумуляции информационного ресурса  $I_i = \in (i_1, i_2, \dots, i_n)$ .

В этом случае задействован ресурсный потенциал (мощность электронной инфраструктуры, уровень человеческого капитала, интеллектуальная инфраструктура и т.д.):

$$R_{p_i} = F_i (r_{p_1}, r_{p_2}, \dots, r_{p_{n-1}})$$

При этом процесс оказания образовательных услуг  $I_i$  в зависимости от рейтинга и возможностей производственной (в данном случае образовательной) функции:

$$X_i = \Psi_i [r_{p_1}, r_{p_2}, \dots, r_{p_{(n-1)}}], \quad (1)$$

где  $X_i$  – планируемый объем выпуска студентов с учетом требований стандарта качества МО РФ или Болонского процесса в условиях глобализации образовательного пространства государственного регулирования экономики и финансов отдельно взятых регионов и страны в целом;  $r_{p_1}, r_{p_2}, \dots, r_{p_{(n-1)}}$  – используемый ресурсный потенциал в виде материальных (оснащенность информационными компьютерными технологиями) и нематериальных активов (интеллектуальный капитал).

При этом выгода, материализованная в виде возможной прибыли (приращение прибыли или доходности финансового менеджмента (финансовый, фондовый, инвестиционный, кредитно-банковский, страховой, другие элементы рыночной инфраструктуры экономики)), интерпретируется в виде следующей системы эконометрических моделей вида:

$$\begin{cases} P_{r_i} = P_m^0 \left\{ F_i (r_{p_1}, r_{p_2}, \dots, r_{p_{n-1}}) \right\} - \int_0^m r_{n-1} P_{m-1} d P_{m-1} \\ P_{r_j} = P_m^0 \left\{ F_j (r_{p_1}, r_{p_2}, \dots, r_{p_{n-1}}) \right\} - \int_0^k r_{k-1} P_{m-1} d r_{k-1} \end{cases}, \quad (2)$$

где  $P_m^0$  – востребуемая цена (потребительная стоимость) подготовленного специалиста на рынке труда (в т.ч. международном);  $P_{m-1}^0$  – необходимые затраты на подготовку специалиста, согласно образовательному стандарту.

Моделируя процесс подготовки специалиста в системе дистанционного обучения, считаем целесообразным использовать производственную функцию Кобба-Дугласа [1]:

$$F_i \{r_{p_1}, r_{p_2}, \dots, r_{p_{(n-1)}}\} = A_i r_{p_1}^{\alpha_1} r_{p_2}^{\alpha_2} \dots r_{p_{(n-1)}}^{\alpha_{(n-1)}}, \quad (3)$$

где позитивные характеристики степенной функции интерпретируют конкурентные преимущества  $\alpha_{n-1}$  ретрансляции со стороны администрации вуза и кадрового персонала в процессе подготовке высококвалифицированного (материальные и НА) в формате дистанционного обучения (ДОС);  $A_i$  – трансформирующий множитель.

Следует отметить, что решение оптимизационных задач в условиях государственного регулирования и  $PR$ ,  $IQ_0$  и  $IQ_{\min \max}$  выпускника факультета дистанционного обучения в зависимости от  $\alpha_{n-1}$  разрабатывается философия интегративного образования в вузе (миссия учебного заведения с целью эффективной подготовки будущего специалиста на этапах довузовской, вузовской, дополнительной и послевузовской). При этом решение стандартной оптимизационной задачи решается известным методом Лагранжа в системе двух возможных сценариев:

1) нахождением системы сочетаний ресурсов (материальных и нематериальных активов, основных средств, дислокации вуза) при экстенсивном подходе к максимизации числа выпускников и снижением расходов на информационные компьютерные технологии и требований к будущему специалисту (низкое качество образовательных услуг);

2) соотнесение материальных и нематериальных активов при одновременном государственном регулировании (минимизации затрат) и потребном количестве специалистов для конкретной отрасли экономики или региона.

Осуществляя непрерывный кадровый мониторинг, выпускающий вуз как субъект хозяйствующего права способен регулировать платежеспособный спрос на подготовку специалиста по следующей формуле:

$$S \{r_{p_{(n-1)}}\} = \frac{I\alpha_i}{P_i(\alpha_1 + \alpha_2 + \dots + \alpha_{n-1})}, \quad (5)$$

где  $I$  – источник финансирования вуза ( $I = I_b + I_{nb}$ ) (инвестиции) со стороны государственной инфраструктуры ( $I_b$ ) и со стороны частных инвесторов ( $I_{nb}$ ) (в т.ч. инфраструктура малого и среднего бизнеса);  $P_i$  – цена материальных и нематериальных активов (т.е. затраты на техническое и технологическое оборудование, в кадровую инфраструктуру, его  $IQ$  человеческого потенциала);  $\alpha_i$  – величина бюджетного финансирования вузов-реципиентов.

Вместе с тем, решая оптимизационную задачу формирования дистанционного обучения, ее необходимо корректировать с учетом возможного риска и неопределенностей (правовая среда, реформирование образования, демографическая ситуация, конкуренция, человеческий фактор и др.).

Используя вариативный метод в моделировании увеличении функции отклика (4), имеем два возможных сценария при возможном функционировании института дистанционного обучения:

1) снижение стоимости образовательных услуг при подготовке специалиста,  $P_{om}$ ;

2) с учетом увеличения  $\alpha_s$ , потребительские предпочтения в обратной задаче потребительского выбора (Р. Стоуна) [3].

#### **Библиографический список**

1. Замков, О.О. Математические методы в экономике / О.О. Замков, А.В. Тостопяненко, Ю.Н. Черемных. – М.: «ФиС», 1997.

2. Томпсон, Артур, Формби, Джон. Экономика фирмы: [пер. с англ.] / Артур Томпсон, Джон. Формби. – М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998.
3. Мордовченков, Н.В. Рыночная экономика: инфраструктура функционирования региона: учеб. пособие / Н.В. Мордовченков. – Н. Новгород ВГИПА, 2004.

*А.С. Калюжный*

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ КОММУНИКАТИВНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ**

Отечественная образовательная система продолжает свое последовательное развитие в направлении ее гуманизации, ориентиры которого были обозначены еще в 1992 году [1]. Это в полной мере подтверждает анализ содержания проектов образовательных стандартов 3-го поколения (ФГОС), в которых личностное развитие студентов учреждений высшего профессионального образования (ВПО) рассматривается в качестве приоритетной задачи, решаемой в ходе учебно-воспитательного процесса.

Сложившиеся обстоятельства обуславливают необходимость осуществления активного научного поиска принципиально новых направлений и путей повышения результативности педагогической работы. Одним из них выступает более полный и всесторонний учет в деятельности постоянного состава образовательных учреждений особенностей личностной сферы обучающихся (прежде всего ценностных ориентиров) и реализация их личностных возможностей (потенциалов).

Следовательно, на нынешнем этапе строительства отечественной высшей школы необходимо вести речь не столько об индивидуальной, сколько о личностной ориентации воспитания как принципиально новом качестве воспитательной составляющей образовательной среды учреждений.

Однако анализ, проведенный авторами в 2005–2009 гг. в ряде учебных заведений ВПО Н. Новгорода, показал, что большинство лиц постоянного состава в своей воспитательной практике по-прежнему используют традиционную методику воспитательной работы, основанную на педагогическом воздействии на личность студентов, недостаточно учитывают происшедшие в последние годы изменения в их личностной сфере и ценностные ориентации принципиально нового содержания. Вне поля зрения педагогического актива учреждений ВПО находится диагностика и прогнозирование развития личностных качеств обучаемых, степень достижения ими жизненных целей (ценностных ориентиров), полнота реализации собственных возможностей (личностного потенциала).

Многие из них не владеют методикой педагогической диагностики, выбора наиболее эффективных методов и средств педагогического (воспитательного) взаимодействия, оценки эффективности и необходимой коррекции собственной воспитательной деятельности. В результате педагогические функции воспитания в большинстве случаев ограничиваются ситуативным реагированием на низкие учебные показатели или факты нарушения учебной дисциплины.

Это, с одной стороны, снижает эффективность воспитания и результативность формирования у выпускников личностных качеств и компетенций, предусмотренных ФГОС, а с другой, – не дает возможности в полной мере использовать сформировавшиеся ко времени поступления в вуз особенности их личностной сферы в интересах подготовки профессиональных специалистов, отвечающих требованиям современного российского общества.

Анализ специальной литературы по этой же проблеме показал, что отмеченные недоработки во многом характерны и для других вузов, что позволяет экстраполировать перечисленные и другие проблемы на отечественную высшую школу в целом.

В результате изучения состояния воспитательной работы в названных учреждениях ВПО было установлено, что основными причинами выявленных недоработок выступают:

- во-первых, неразработанность принципиально новых теоретико-методологических положений воспитательной деятельности педагогов, ориентированной на личностную сферу студентов – личностно-ориентированного воспитания;
- во-вторых, недостаточный уровень психолого-педагогической подготовленности педагогического актива образовательных учреждений в области современных разработок теории и практики воспитания;
- в-третьих, несовершенство существующей в учреждениях ВПО системы педагогической диагностики ведущих компонентов личностной сферы студентов, формирования на их основе мотивов обучения и последующей профессиональной деятельности;
- в-четвертых, слабая эффективность работы педагогического актива по актуализации личностного самосовершенствования учащихся высшей школы.

Анализ перечисленных и некоторых других причин позволил выявить обострившееся в последние годы *противоречие* между необходимостью гуманизации образовательной (учебной и воспитательной) среды современной отечественной высшей школы, усиления эффективности воспитательной работы на основе более полного учета ведущих компонентов личностной сферы студентов и отсутствием в отечественной педагогике теоретических разработок и практических рекомендаций по организации педагогического взаимодействия воспитателей и воспитуемых с учетом личностного потенциала и ценностных ориентаций последних в рамках реализуемого отечественной педагогикой личностно-социально-деятельностного подхода. Несомненно, что его разрешение возможно на основе специального научно-педагогического исследования проблемы личностно-ориентированного воспитания применительно к условиям современной отечественной высшей школы.

*Гипотезой исследования* может служить предположение автора о том, что в современных условиях ведущим направлением совершенствования системы высшего профессионального образования выступает гуманизация его воспитательной среды на основе личностной ориентации воспитания студентов высшей школы. Однако сложившаяся к настоящему времени воспитательная практика опирается преимущественно на теоретические и методические разработки советского и первого постсоветского периода развития отечественной педагогики, которые практически исчерпали свои возможности и не позволяют педагогическому активу учреждений ВПО в полной мере решать задачи образовательного процесса, повышения качества подготовки специалистов высшей образовательной квалификации, отвечающих требованиям современного этапа развития российского общества.

Предполагается, что разрешить это противоречие возможно посредством разработки принципиально нового подхода (концептуальных положений) к решению воспитательных задач на основе более полного учета в профессиональной деятельности педагогического актива образовательных учреждений ведущих компонентов личностной сферы студентов и реализации его прогностической модели на основе целевой комплексной программы, включающей:

- а) совершенствование педагогической культуры постоянного состава образовательных учреждений в области личностно-ориентированного воспитания;
- б) развитие системы педагогической диагностики личностной сферы студентов, содержания и технологии воспитательного взаимодействия с ними;
- в) формирование личностно-ориентированной воспитательной среды образовательного учреждения на основе более полного и точного учета особенностей личностной сферы (прежде всего ценностных ориентаций и личностного потенциала) студентов;
- г) актуализацию личностного самосовершенствования учащихся учреждений ВПО.

В результате решения перечисленных задач правомерно ожидать повышения уровня личностной ориентированности воспитательной деятельности педагогического актива учреждений ВПО, усиления эффективности формирования у студентов профессионально

значимых личностных качеств, предусмотренных ФГОС и, как следствие, улучшения их образовательной и профессиональной подготовки.

### ***Библиографический список***

1. Закон Российской Федерации "Об образовании" от 10 июля 1992 года [электронный ресурс]. <http://mon.gov.ru/dok/fz/obr/3986/>
2. Андреев, Г.А. Обучение и воспитание в вузе не делимы // Высшее образование в России. 2009. №3. С. 63-67.
3. Трушников, Д. Ю. Система управления качеством воспитания в инженерном вузе / Д.Ю. Трушников. – Тюмень: ТГНУ, 2009. – 132 с.
4. Якушева, С.Д. Интеграционная модель воспитания в образовательном процессе вуза // Научный Вестник Оренбургского филиала ИБП: сб. ст. – Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2005. Вып. II. С. 103-108.

***Е.В. Романенко, Т.Л. Михайлова***

### **ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭТИЧЕСКОЙ ПРИСЯГИ В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ PR-СПЕЦИАЛИСТА**

Рост PR-специалистов связан с потребностями трансформирующегося российского общества, в котором роль менеджеров социальных коммуникаций становится одной из ключевых. Необходимость развития PR стала очевидной с началом демократизации жизни России конца 80-х годов прошлого столетия. На смену пропаганде пришла новая область – связи с общественностью, основной задачей которой является гармонизация отношений общественности, организации и власти. Начался процесс формирования PR-сообщества.

Сейчас мы находимся на этапе, когда, с одной стороны, общество только подходит к осознанию роли PR-специалистов, их влияния на социальную жизнь, экономику и политику. С другой стороны, уже более ста вузов осуществляют профессиональную подготовку кадров. Возникает множество вопросов в области совершенствования методов, содержания, форм подготовки. Формирование правосознания и моральных качеств PR-специалиста – важная составляющая профессиональной подготовки. Нарушение норм или несоответствие этическим законам наносят урон репутации PR как профессии, поэтому соблюдение этических норм – неотъемлемая часть профессионального поведения.

В Нижегородском государственном университете им. Р.Е. Алексеева на ФКТ более десяти лет есть ритуал принятия присяги профессионального кодекса PR, имеющий большое значение в воспитании студентов первых и вторых курсов. Данное событие проводится в рамках ежегодной конференции «PR-Весна», приуроченной ко дню факультета. Присяга – официальное и торжественное обещание соблюдать какие-либо обязательства. Присяга – это перформатив, то есть речевой акт, произведенный в рамках «конвенциональной процедуры» (ритуала), приводящей к определенному результату. Ключевое слово – перформатив. Это высказывание, которое не описывает какое-то событие, а оно само по себе является действием. Произнести перформативное высказывание означает совершить тем самым соответствующее действие, например, приказать, пообещать, присвоить имя. Результат любого перформатива – изменение статуса человека и системы связей, в которую он включен. Процедура присяги подразумевает произнесение клятвы, это некая коммуникация посредством символов, с ее помощью устанавливаются основные задачи человека, принципы их выполнения. Следовательно, присяга – это регламент профессиональности.

В присяге PR-специалиста акцент делается на ценностную составляющую текста клятвы, а не на перечень основных задач и обязанностей. Процесс принятия наполнен символами: торжественность церемонии, присутствие официальных лиц, место, время проведения присяги, использование символов профессии. Внимание уделяется не только важности события для самого студента, но значимости всей профессии для общества. В этом и состоит символический

аспект присяги. Присяга – это коммуникация посредством символов. Символическая составляющая мероприятия играет еще большую роль, чем в «клятвах на верность» в других сферах деятельности человека. Значение присяги в формировании статуса профессии огромно.

Во-первых, благодаря своей практической составляющей она способствует установлению:

- а) основных трудовых функций;
- б) основного «контролера» деятельности специалиста;
- в) кодекса профессиональной этики.

Во-вторых, главная задача – формирование значимости, что обеспечивает принятие ценностей, норм специальности, символически они закрепляются в сознании.

Анализируя событие присяги на ФКТ (май 2008) в НГТУ им. Р.Е. Алексеева, в качестве главной цели выделим принятие принципов, ценностей профессии через формирование уважения и чувства значимости собственной специальности. Клятва содержит основные этические нормы поведения PR-специалиста, принимающего следующие моральные обязательства:

- уважение основных прав и свобод человека, а именно, права получения информации, свободу слова и свободу печати;
- следование нормам и принципам кодекса профессионального поведения;
- стремление развивать средства и формы общения, в которых человек выступает информированным и ответственным членом общества;
- действовать так, чтобы не нарушать общественных интересов и интересов всех сторон;
- честность и открытость в своей деятельности;
- неучастие в распространении непроверенной информации и манипуляциях человеческим поведением;
- пресечение любых попыток обмана общественного мнения, нечестной конкуренции, нанесения ущерба репутации профессии;
- направление своих действий на поддержание гражданского мира и стабильности в обществе.

Содержание самой клятвы, которая является перформативом, – это практический смысл мероприятия. Символический аспект раскрывается через функцию «распаковки» смыслов события, взятого в контексте других составляющих этого мероприятия, высвечивающих значимость факта принятия присяги не только для присягающего, но и для профессии в целом.

В рамках этической присяги проведены мероприятия, способствующие оттачиванию навыков будущих специалистов, так как несут функцию эмоционального осознания ответственности события.

Теоретическим основанием подготовки ритуала присяги стали семинарские занятия в рамках философии, этики, в частности, обсуждение тем: «Сравнительный анализ этики И. Канта и К.А. Гельвеция», «Этический дискурс Ю. Хабермаса». В течение года молодые пиарщики участвовали в студенческих дебатах «Атомная Энергия. Споры.», что способствовало развитию навыков аргументированного ведения дискуссии.

Приуроченный к этому событию спектакль «В гостях у Эдварда Бернейза» репрезентировал идею преемственности поколений. Главной его задачей стало осмысление студентами будущей профессии, герменевтическое погружение в историю: опыт общения с самим классиком PR. Спектакль вызвал чувство гордости и сопричастности получаемой профессии.

Постановка стала логичным продолжением городского корпоративного праздника «МЫ – дети Радио», прошедшего на центральной улице города 7 мая. Организаторы – студенты ФКТ. Праздник был посвящен 90-летию радиолaborатории Нижнего Новгорода. Он стал стартом овладения навыками профессии через осознание себя в ней, понимание важности использования события как повода создания коммуникативного пространства, формирования нового бренда города. Такая серия мероприятий, посвященных 90-летию НРЛ, работала на подготовку сознания к важной рефлексии относительно того, что такое ответственность, инициативность, исполнительность. В итоге студент понимает, какими качествами должен обладать специалист,

его роль в будущей профессии и в PR-сообществе. Он через конкретные действия, через сознание и убеждение приходит к пониманию, что есть коммуникативная рациональность Хабермаса, которая является организующим ориентиром всей деятельности PR-специалиста.

Воспитательная значимость присяги состоит в том, что на личностном уровне закрепляются основные ценности паблик рилейшенз. Понимание смысла присяги «освящается» через контекст мероприятий декады и участие студентов в сетевых проектах. Так, рассматриваемое мероприятие способствует признанию общественной значимости PR-профессии для общества, отличным признаком которой является мораль, поэтому этической присяге БЫТЬ!

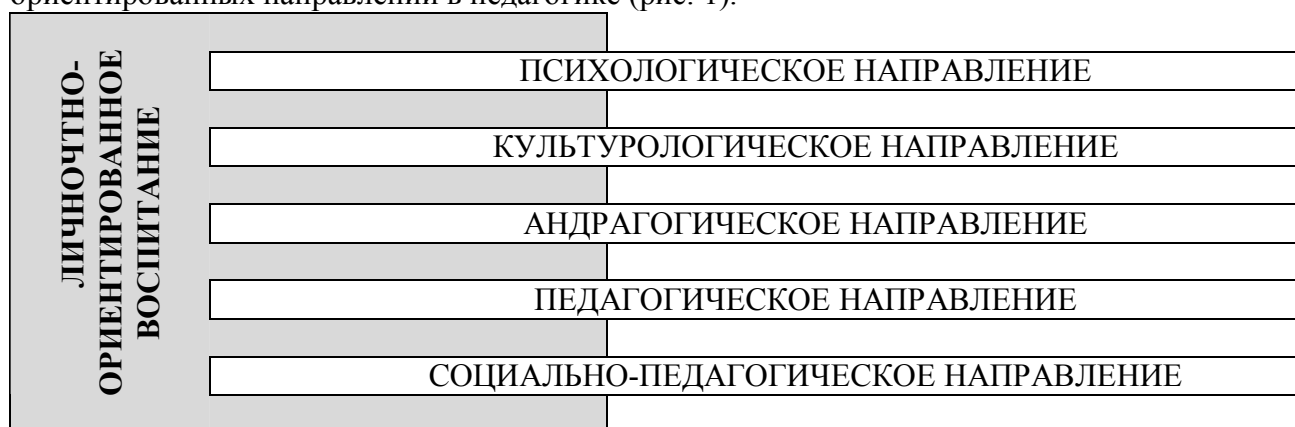
**А.С. Калюжный, Е.В. Володина**

### **НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТОВ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

В образовательной системе Российской Федерации в последние годы все четче реализуются концептуальные позиции гуманистической педагогики. Одна из них отражает идею ориентации учебно-воспитательного процесса на личностную сферу студентов, основные теоретические и прикладные разработки которой представлены в теории личностно-ориентированного воспитания (Е.В. Бондаревская, В.В. Сериков, И.С. Якиманская и др.).

Проведенный авторами анализ специальной литературы показал, что, с одной стороны, это перспективное педагогическое направление, объединяющее в себе несколько гуманистически центрированных направлений педагогической теории и практики. С другой, – это система тесно связанных между собой структурных элементов научного познания: объекта и предмета теории, ее цели (целей), решаемых задач и основных функций. Все они должны находиться в состоянии внутренней определенности и в совокупности составлять основу научно-теоретической базы исследования обозначенной проблемы применительно к студентам факультетов коммуникативных технологий.

Первая позиция в личностно-ориентированном воспитании рассматривается авторами как система соответствующих теоретических и методологических положений гуманистически ориентированных направлений в педагогике (рис. 1).



**Рис. 1. Система теоретических и методологических положений**

Содержание *психологического направления* составляют результаты исследований восприятия образов [1], деятельности людей [2], педагогического общения [3] и др. Особое значение для раскрытия научно-теоретической базы имеют классические психологические постулаты деятельностного подхода к воспитанию, разработанные отечественными психологами.

Сущность и механизм реализации основных идей **культурологического направления** рассматривается нами, прежде всего, как передача педагогами, решающими воспитательные задачи, социокультурного опыта (рис. 2).



**Рис. 2. Процесс передачи социокультурного опыта**

При этом мы учитываем, что для продуктивного обмена социокультурным наследием между людьми необходимо преднамеренно конструировать и осуществлять учебно-воспитательный процесс передачи и овладения опытом поколений [4]. Причем его функционирование должно быть построено таким образом, чтобы обе стороны акта познания выступали и оказывали взаимное влияние друг на друга [5–7]. Именно при условии активности личности, посредством ее деятельности возможно более успешное осуществление людьми передачи и усвоения социального опыта человечества, потому что «... психическое отражение, в отличие от зеркального и других форм пассивного отражения, является не пассивным, а активным, потому что в его определение входит человеческая жизнь, практика и оно характеризуется движением постоянного переливания объективного в субъективное» [8, с. 54].

*Андрагогическое направление* призвано раскрывать закономерности, социальные и психологические факторы образования, разрабатывать методы и системы учебно-воспитательной работы с взрослыми индивидами, к которым авторы относят студентов вузов. Эта категория учащихся образовательных учреждений характеризуется сформированностью личностной сферы, наличием жизненного опыта, культурными, образовательными и другими ценностными ориентациями, преобладанием самообучения и самовоспитания и т.д.

*Педагогическое направление* включает научные идеи педагогов-исследователей и специалистов профессионального образования. По оценке авторов, здесь в качестве частных методологических оснований теории личностно-ориентированного воспитания применимы системно-функциональный анализ педагогической деятельности (Н.В. Кузьмина, А.И. Щербаков, З.Ф. Есарева и др.), системно-деятельностный подход к подготовке в сфере высшего профессионального образования (В.А. Сластенин, В.Э. Тамарин и др.), профессионально-деятельностная направленность образовательной подготовки (Л.И. Рувинский и др.), концепция субъективного развития и саморазвития личности в процессе осуществления профессионально ориентированной деятельности (О.А. Абдуллина, Е.П. Белозерцев, Н.Д. Никандров, В.А. Сластенин и др.).

Принципиальными методологическими положениями *социально-педагогического направления* рассматриваемой теории служит научное обоснование основоположниками диалектического материализма единства обучения и воспитания с профессиональным трудом, а также роли деятельности и социальной среды в формировании всесторонне развитой личности. Воспитание непосредственным образом связано с общественными условиями и наличием у самих воспитателей гражданских и профессиональных качеств.

Согласно второй позиции научно-теоретической базы, в качестве ее структурных элементов авторами рассматриваются следующие компоненты научного познания, наполненные соответствующим содержанием.

*Объект* – педагогическая деятельность по созданию на факультетах коммуникативных технологий условий для формирования, развития и закрепления у студентов профессионально



важных качеств личности, соответствующих их ценностным ориентациям, на основе реализации собственного личностного потенциала в коммуникационной сфере общества.

*Предмет* – закономерности реализации в образовательной среде отечественной высшей школы идей личностно-ориентированного воспитания.

*Цель* – изложение закономерностей, противоречий и принципов функционирования воспитательного процесса, ориентированного на реализацию личностного потенциала студентов факультетов коммуникативных технологий. Данная цель является основной. Более конкретные цели теории, по отношению к основной, рассматриваются в качестве ее *задач*.

Анализ воспитательной практики, опыта и научных разработок данной научной проблемы показал, что в ней могут быть реализованы следующие основные функции: описание педагогического процесса личностно-ориентированного воспитания в условиях факультетов коммуникативных технологий; объяснение его внутреннего содержания и внешних проявлений (анализ компонентов); прогнозирование тенденций последующего развития в условиях современной высшей школы; определение рекомендаций по организации воспитания студентов, ориентированного на реализацию их личностных потенциалов, и осуществление руководства их самовоспитанием.

Таким образом, очевидно, что научно-теоретическая база исследования проблемы личностно-ориентированного воспитания студентов факультетов коммуникативных технологий может основываться на научно доказанных, практически оправдавших себя теориях, концепциях, подходах, положениях и психолого-педагогических механизмах воспитания и развития личности. В рассматриваемой теории они учитываются в процессе своего формирования, интерпретируются в соответствии с собственной спецификой, дополняются новым содержанием, конкретизируются, развиваются и систематизируются.

#### ***Библиографический список***

1. Бодалев, А.А. Восприятие и понимание человека человеком / А.А. Бодалев. – М.: Изд-во МГУ, 1982. – 199 с.
2. Суходольский, Г.В. Основы психологической теории деятельности: монография / Г.В. Суходольский. – Л.: ЛКИ, 2008. – 168 с.
3. Старов, М.И. Формирование системы отношений в процессе профессиональной подготовки учителя: монография / М.И. Старов. – М.: МПГУ, 1996. – 206 с.
4. Ильенков, Э.В. Философия и культура / Э.В. Ильенков. – М.: Политиздат, 1991. – 464 с.
5. Баткина, И.Б. Педагогическое мастерство преподавателя высшей школы как социокультурное явление / И.Б. Баткина. – Воронеж, 1996. – 101 с.
6. Кан-Калик, В.А. Учителю о педагогическом общении / В.А. Кан-Калик. – М.: Просвещение, 1987. – 190 с.
7. Левитан, К.М. Основы педагогической деонтологии / К.М. Левитан. – М.: Наука, 1998. – 192 с.
8. Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – М.: Академия, 2005. – 346 с.

***Э.А. Тихонова, Ю.Р. Тихонов***

#### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Современное общество все больше становится обществом информационным, коммуникационные технологии проникают практически во все сферы деятельности человека. Использование новых информационных технологий в современном образовательном процессе

неизбежно, и одной из возможностей является дистанционное обучение, организация самостоятельной работы.

Примерно 50% учебного времени от общего объема часов, предназначенных для изучения любой дисциплины, по ГОСТ ВПО отводится на самостоятельную работу студентов (СРС). Выполнение СРС требует от студента определенного уровня развития самостоятельности во всех ее структурных компонентах: от постановки проблемы до осуществления контроля, самоконтроля и коррекции, с переходом от простейших видов работы к более сложным, носящим поисковый характер. СРС является средством формирования познавательных способностей студентов, направленности на непрерывное самообразование. Организация самостоятельной работы начинается на лекциях, практических занятиях, во время которых преподаватель обращает внимание на вопросы, которые необходимо изучить по дополнительным источникам. В ее состав входит также написание рефератов, докладов, эссе, конспектирование рекомендованной литературы к семинарским занятиям, подготовка к промежуточному и итоговому контролю.

Однако в процессе организации СРС преподаватель сталкивается с проблемами, ставшими традиционными: отсутствие или ветхое состояние требуемой литературы, недостаточное количество экземпляров книг и периодики, устаревание материала и, как следствие, – затруднения, возникшие у студентов при самостоятельной работе.

Современные технологии позволяют решить данную проблему через создание электронных версий учебно-методических материалов и размещение их на web-сайтах. Это могут быть методические рекомендации для организации самостоятельной работы, легкозаменяемые подборки дополнительного материала (хрестоматии), средства контроля знаний.

Как известно, мышление человека индивидуально, и именно самостоятельная работа способствует систематизации, углублению, расширению и закреплению полученных теоретических знаний и практических умений, формированию познавательных способностей и активности студентов, самостоятельности мышления, развитию исследовательских умений. И в каком бы виде она не проводилась: чтение текста, составление плана, конспекта, работа со словарями, справочниками, нормативными документами, составление таблиц, чертежей, схем, тестирование и т.д. – использование компьютера делает саму работу более интенсивной и результативной. Применение информационных технологий дает большие возможности для использования дифференцированного подхода к студентам. Как и в любой самостоятельной работе, обязателен подробный инструктаж: цель, содержание, сроки выполнения, критерии оценки и т.п., но есть и свои особенности. Во-первых, преподаватель должен четко представлять базовый уровень умений работы на персональном компьютере, предъявляемый программой, и реальный уровень студентов. Во-вторых, необходимо указать точный путь к программе, которая может находиться как на жестком диске, так и на CD-ROM. И, наконец, работа на компьютере должна не замещать, а, наоборот, высвободить учебное время для свободного общения между студентами и преподавателями, обмена мнениями, дискуссий, то есть для формирования разговорных навыков. Поскольку гуманитарные науки выполняют мировоззренческую, воспитательную функцию, то компьютер не сможет заменить живое, эмоциональное общение, но может оказать ощутимую пользу в освоении основных теоретических знаний.

Все информационные технологии связаны с компьютерным обучением. Гипертекстовые системы в компьютерных обучающих программах – одна из составляющих информационных технологий. Ее применение в обучении привело к созданию нового класса программ учебного назначения: электронных книг и энциклопедий. Электронный учебник дает больше возможностей в работе с текстом, чем традиционная книга.

Материалы для электронного учебника подбираются в соответствии с учебной программой и включают в себя выдержки из монографий и научные статьи отечественных и зарубежных ученых. Материалы разбиты по темам, что существенно облегчает ориентацию студентов в материале. Современные коммуникативные технологии позволяют обеспечить

автоматизацию процедуры контроля знаний, приобретенных как в ходе аудиторных занятий, так и в процессе СРС. Для каждой изучаемой темы составляется блок контрольных вопросов, представленный в виде тестов. Во время изучения темы тестирование является тренинговым, что дает возможность студенту не только проверить свои знания, но и обнаружить ошибки. После завершения изучения темы доступным становится только итоговое тестирование, позволяющее объективно оценить знания студента, а результаты могут служить основанием для выставления зачета.

Основой обучения, развития и совершенствования умений речевой деятельности должна быть проблема. Проблема устанавливает цель мысли, а цель контролирует процесс мышления. Речь идет о критическом мышлении, умении работать с информацией. Что предполагает умение: анализировать информацию (выделять главную мысль, основные мысли сообщения); сопоставить полученную информацию с ранее известной или дополнительно найденной, делать соответствующие выводы для решения поставленной проблемы; интерпретировать полученную информацию; обобщать информацию, полученную из разных источников; оценить информацию с точки зрения новизны и объективности, сделать соответствующие аргументированные выводы для решения или рассмотрения обсуждаемой проблемы.

Уровни проблемности могут быть различными в зависимости от подготовки студентов. Общим обоснованием для уровня рассмотрения проблемности является степень самостоятельной мысленной деятельности студентов: первый уровень соотносится с проблемным изложением учебного материала преподавателем; второй уровень означает, что преподаватель создает проблемную ситуацию и вместе со студентами решает ее; третий уровень предполагает, что преподаватель создает проблемную ситуацию, а студенты самостоятельно ее решают; четвертый уровень свидетельствует о полной самостоятельности студента, который сам находит проблему и сам решает ее. Все это можно делать на основе информации на любом носителе, привлекая постепенно, если необходимо, дополнительную информацию и студентов к поиску такой информации.

При использовании компьютерных технологий возникает и проблема коммуникационной компетентности, появляется реальная опасность переноса технического обращения с компьютером на отношения с людьми. Только при общении в группе на семинаре вырабатывается не только умение говорить, а вести диалог, не просто спорить, а объяснить и доказать, убедить или переубедить, грамотно сформулировать вопрос и также корректно, в случае необходимости – ответ.

Заметим, что при электронном представлении лекционного материала пропадают чисто эмоциональные моменты воздействия: мимика, жесты, интонация. Поэтому невозможно исключить преподавателя из учебного процесса. Необходимо многообразие форм преподавания, гибкое сочетание традиционных форм обучения с новейшими информационными технологиями.

*Э.А. Тихонова*

## **ИННОВАЦИИ В ОБРАЗОВАНИИ: ЗАДАЧИ, СТРАТЕГИИ, ОПЫТ, РЕКОМЕНДАЦИИ**

Одной из центральных стала задача повышения качества образования и подготовки специалистов в условиях формирующегося информационного общества, и связи с этим осознание необходимости разработки новых способов ведения учебного процесса и внедрения методик преподавания.

Настало время провести радикальную модернизацию образовательного процесса на основе той новой технологии, которая уже давно вошла во все сферы жизни. Уже возник другой контингент – с другой психикой, с другим типом восприятия информации, с другим способом смотреть на мир и решать не только предметные, но и интеллектуальные задачи. Если мы

продолжаем работать на старом материале, старыми методами, старой техникой, то увеличивается разрыв между современным обществом и университетом. Необходимо более серьезно отвечать за организацию учебного процесса и затем за подготовку тех специалистов, той интеллектуальной элиты, которой мы заняты.

В ближайшее время нужно принимать принципиальное решение – переход на многоступенчатую систему образования. Массовость должна существовать на фоне элитарности; если система готовит только массового специалиста, то она не задает высшую планку. Поэтому магистратура и все, что выше магистратуры (а сейчас аспирантура тоже включается в образовательную сферу как ее третье звено), – это элитное звено, на фоне которого существует массовое. Только в этой связке, можно полагать, мы будем иметь здоровую и богатую образовательную систему.

Гуманитарные науки процветали в эпоху письма и чтения, в рамках книжной культуры. А как нам быть, если наши книги перестают читать? На самом деле происходит смена манеры письма. Происходит аналитика аудиовизуальных медиумов: ориентация в мире звуков и образов. Сектор виртуальной реальности достаточно велик. ТВ, реклама, шопинг – все эти новые медиа меняют его сущность. Не следует раздувать антитехнологическую истерию: человек – дитя техники, а новые технологии гуманнее прежних.

Не следует ограничиваться пониманием вспомогательной роли электронных ресурсов, а признать, что информационные технологии качественно меняют образование и науку. Например, кафедральный сайт радикально расширяет сферу влияния не только наших научных работ, но и методических программ, а также вспомогательных материалов. То, какие работы мы размещаем на сайте, определяет эрудицию студентов. Читатели могут реагировать на размещенные тексты, и поэтому можно четко определить их востребованность. На плохие лекции студенты тоже могут «голосовать ногами», но использование материалов, подготовленных преподавателями в электронной форме, – это более интеллигентная форма обратной связи. Наши тексты, методики и другие материалы должны стать «открытыми», т.е. создаваться интерактивно. Этим мы можем добиться искомого сотрудничества и участия студентов в научной работе преподавателей. Каждый может открыть свой сайт и добиться признания.

Новый подход к выставлению итоговой оценки, согласно которому ответ на экзамене составляет не более 30%, а остальные набираются по итогам письменных работ, тестов и промежуточной аттестации легко осуществим при помощи компьютера. Все эти результаты вносятся в индивидуальную ведомость студента, и это исключит произвол при выставлении итоговой оценки. Таким образом, учебный процесс становится прозрачным и легко контролируется.

Особенность гуманитарных дисциплин заключается в том, что в ходе их изучения студентами требуется прочитать значительное количество оригинальных текстов. Трудно проконтролировать прочтение литературы и подготовку к занятию всех студентов группы. Выясняется также, что студенты не вполне владеют навыками устного изложения своих мыслей. В результате страдает как качество обучения, так и объективность оценивания знаний студентов. Проведение семинаров в форме заслушивания и обсуждения подготовленных дома докладов не весьма продуктивно, поскольку заранее назначенный докладчик готовится, а остальные студенты только слушают. Поэтому был разработан комплекс методических материалов для подготовки к занятиям.

Основная задача – повысить объективность итогового оценивания знаний студента за счет смещения акцентов с итогового устного экзаменационного ответа на систематическую, контролируемую подготовку к занятиям в течение всего семестра.

Предполагается, что такой подход позволит повысить качество знаний, причем именно за счет более длительного и планомерного изучения материала, а также будет способствовать повышению академической дисциплины студентов, достигаемой за счет осознания того, что работа на каждом семинарском занятии будет оценена и повлияет на итоговую оценку.

Для решения этих задач необходимо разработать комплекс мероприятий, одной из составляющих которого является письменный экзамен по дисциплине. Важной составляющей этого комплекса является учебно-методическое обеспечение, в которое входят:

- учебное пособие по дисциплине;
- конспект лекций (обязательной составляющей к ним должны быть вопросы для самопроверки к каждой теме в количестве 6-10, а также темы для письменных домашних работ);
- электронная или полиграфическая хрестоматия, представляющая собой сборник фрагментов первоисточников, рекомендуемых для прочтения в соответствии с программой дисциплины, в её состав может входить и подборка текстов, составленная в соответствии со списком дополнительной литературы;
- сборник методических указаний к первоисточникам (к каждому из текстов составлено 10-15 контрольных вопросов, а также даны необходимые пояснения и комментарии);
- методические указания по подготовке к экзамену.

Все эти рекомендации дополняются программой курса, примерными экзаменационными вопросами и приведенными критериями оценивания.

Одним из важных нововведений в организацию учебного процесса является включение в учебный процесс индивидуальных консультаций для студентов, цель которых – разъяснение наиболее сложных для усвоения тем, а также организация и контроль над индивидуальной самостоятельной работой студентов, что не всегда можно в достаточной степени реализовать в рамках традиционных лекционных и семинарских занятиях. Наиболее интересные результаты по индивидуальным консультациям и контролю самостоятельной работой студентов были получены, когда на индивидуальные консультации выносились темы и вопросы, наиболее трудные для усвоения, когда для самостоятельной работы предлагались творческие и исследовательские вопросы, которые требовали от студентов творческого подхода.

Соответственно, это потребует внесения изменений в расчет педагогической нагрузки преподавателей, а также аудиторной работы студентов.

Виды оцениваемых работ:

- посещение занятий – 10%;
- работа на семинарах – 20%;
- работа на индивидуальных консультациях – 10%;
- самостоятельная работа – 10%;
- итоговая аттестация (зачет, экзамен) – 40%.

Такая организация учебного процесса обладает некоторыми преимуществами, по сравнению с традиционной: предлагает больше возможностей для привития студентам навыков самостоятельной работы; позволяет сделать акцент на трудных для усвоения темах; обеспечивает творческий характер подготовки к занятиям; система индивидуальных консультаций обеспечивает обратную связь «преподаватель-студент», что позволяет преподавателю более гибко и вариативно подходить к способам и формам преподавания учебного материала; «накопительная» система итоговой оценки по курсу позволяет более адекватно оценивать знания студентов и стимулирует их работу в течение семестра.

Также выявляются следующие проблемы: отсутствие у студентов творческой базы и навыков самостоятельной исследовательской работы, что затрудняет возможность самостоятельной подготовки; нехватка времени для полноценных консультаций в рамках текущего расписания.

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ КОММУНИКАТИВНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ**

Авторы рассматривают вопрос о потенциале таких форм сетевых коммуникаций, как социальные сети и блоги в организации взаимодействия участников образовательного процесса в коммуникативной сфере.

Сегодня образовательная деятельность индивидов может протекать одновременно не только в нескольких направлениях (например, профессиональное образование, дополнительное образование, повышение квалификации и т.п.), но и в двух реальностях (к повседневной реальности может подключаться виртуальная), что существенно меняет привычное образовательное пространство.

Вместе с тем, по оценкам некоторых исследователей, Интернет-среда приобретает черты особой социальной реальности [1]. В этом случае при анализе воздействия сетевых коммуникаций на образовательное пространство на первый план должен выходить социальный аспект. И перспектива рассмотрения вопроса меняется: нужно анализировать не только, как можно использовать сетевые коммуникации для целей образования, но и как изменится само образовательное пространство под воздействием Интернет-среды. Мы оставляем за пределами анализа вопросы дистантного образования, так как эта форма имеет в большей степени институциональный характер и, в меньшей степени, – социальный, при этом Интернет понимается и используется в основном как инструмент коммуникации для традиционных образовательных целей, а не как особая среда.

Социальные сети и блоги появляются и функционируют благодаря интересу к такого рода коммуникациям со стороны различных групп общественности. Это дает возможность обсуждать перспективы использования коммуникаций данного типа образовательными учреждениями для организации образовательного процесса, в частности, для решения конкретных образовательных задач.

Для уточнения понимания указанной проблематики авторы провели в ноябре 2009-январе 2010 гг. исследование методом case study. Был выбран объект с четко очерченными границами в социальном пространстве и времени: студенты факультета связей с общественностью и рекламы Уральского государственного университета им. А.М. Горького. В ходе анализа – отношения студентов к социальным сетям как к источнику профессиональной информации и источнику информации, способствующей в обучении, – мы планировали найти преимущества и возможности социальных сетей в этом качестве.

В ходе исследования были использованы разноплановые источники информации и различные методы ее сбора:

- массовый опрос студентов очной и заочной форм обучения;
- несколько глубинных интервью со студентами, ведущими собственные блоги, связанные с тематикой «связи с общественностью»;
- наблюдение за использованием социальных сетей и блогов студентами:
  - опыт студентов по созданию социальной сети для организации «I фестиваля студенческой социальной рекламы «GLASS»;
  - опыт студентов по использованию социальных сетей и блогов для продвижения журнала факультета «Эффективные коммуникации»;
- анализ поведения студентов в социальных сетях (группы, созданные студентами, в социальных сетях для обучения и (или) профессиональной деятельности) с помощью анализа документов (анализ контента)).

Вопросы, которые были рассмотрены в ходе исследования: использование Интернета студентами в процессе обучения; потребности студентов, возникающие в процессе обучения, удовлетворяемые с помощью Интернета; отношение студентов к возможностям обмена

информацией в социальных сетях и блогах; мотивы обращения к социальным сетям и блогам; возникающие в процессе обучения неудовлетворенные потребности, которые могли бы способствовать обращению студентов к социальным сетям и блогам.

Результаты, полученные с помощью case study, могут распространяться на объекты, находящиеся в сходной ситуации, только после предварительной сравнительной оценки и, соответственно, адаптации. В тоже время рассмотрение проблемы на конкретном примере и рекомендации практического характера, в частности, по оптимизации работы сайта факультета, могут быть полезны и для других случаев.

Учитывая ограниченный объем тезисов, остановимся только на основных результатах и выводах исследования.

Подавляющее большинство студентов пользуются Интернетом ежедневно и проводят в Интернете при подключении, чаще всего, от часу до трех и более трех часов в день. Кроме того, практически все студенты (95,6%) зарегистрированы в социальных сетях, примерно две трети из них – активные пользователи социальных сетей, в то время как всего лишь десятая часть студентов ведет собственные блоги, еще меньшее число (6,6%) зарегистрированы в качестве постоянных читателей блогов.

Вероятно, такое различие в использовании студентами подобных сетевых коммуникаций заключается, с одной стороны, в недооценке возможностей блогов, а, с другой, – в большей трудоемкости организации такого рода коммуникаций.

При изучении сетевых коммуникаций на первый план выходят мотивы общения и знакомства с новостями. Образовательные мотивы и мотивы, связанные с профессиональной деятельностью, отходят на второй план. Но, учитывая значимость этих мотивов при обращении к сети Интернет в целом (ведущие позиции), можно судить о не до конца используемом потенциале сетевых коммуникаций, обладающих мощными инструментами вовлечения (организация общения и оперативное информирование), в образовательном пространстве.

Таким образом, можно утверждать, что потенциал сетевых коммуникаций в образовательном пространстве достаточно высок.

Во-первых, большинству студентов необходимо дополнительное сопровождение образовательного процесса.

Во-вторых, более интерактивные формы сетевых коммуникаций (социальные сети, блоги) способны обеспечить большую вовлеченность студентов в образовательное пространство, по сравнению с традиционными формами представленности образовательных учреждений в сети Интернет (сайт вуза или факультета, форумы, размещенные на сайтах и т.п.), за счет таких преимуществ, как общение по созданным группам, в том числе возможности формирования различных групп, интерактивный способ создания новостей (новость может быть инициирована любым участником социальной сети) и т.д.

В-третьих, сетевые коммуникации хорошо работают не только как информационный ресурс, но и как площадка для формирования и отработки профессиональных навыков (создание и поддержание студентами различных проектов, существующих в Интернет-сети как самостоятельные или как часть более общих проектов, выходящих за рамки сети).

В-четвертых, потенциал сетевых коммуникаций в образовательном пространстве не сводится только к возможной деятельности образовательных учреждений. Большое значение приобретают социальные инициативы других субъектов образования: создание социальных сетей, ведение блогов студентами, выпускниками факультета, преподавателями на других площадках, не связанных с вузом.

---

1. Cerulo, K.A. Reframing Social Concepts for a Brave New (Virtual) World//Sociological Inquiry. 1997. Vol 67. №1.

## **ПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ**

В настоящее время возросли требования к общеобразовательной и профессиональной подготовке специалистов. Организация учебно-воспитательного процесса со студентами коммуникативных специальностей – особая задача. Студент должен приобрести в учебном заведении не только определенный запас знаний и умений, но и элементарные навыки принятия научно обоснованных решений в самых разных, нередко конфликтных и экстремальных, ситуациях.

Один из актуальных вопросов сегодняшнего дня для преподавателей в сфере интегрированных маркетинговых коммуникаций – это соединение общего образования и практической профессиональной подготовки. С одной стороны ответы очевидны: изучение теории, а затем организация практической деятельности или организация одновременного обучения – вот и сочетание теоретических занятий и практических. С другой стороны, эти методы обладают определенными недостатками: это и отрыв теории от практики, это и риск, того что теория не найдет практического применения, и, наоборот, нагромождение практических заданий может не иметь ничего общего с будущей профессией.

Вопросы о соединении теории и практики неоднократно поднимались различными исследователями. Соединение может происходить путем приближения программы учебного предмета к запросам профессии или путем формирования теоретических предметов профессионального цикла, исходя из практических потребностей профессии. В работе А.А. Вербицкого дано определение контекстного обучения как концептуальной основы для интеграции различных видов деятельности студентов (учебной, научной, практической) [1].

Контекстное обучение — обучение, профессионально ориентированное. Общей основой различных методик становится профессиональный контекст. Для организации учебной деятельности будущих специалистов в сфере интегрированных маркетинговых коммуникаций, на взгляд автора, особенно важно подчеркнуть необходимость междисциплинарных преемственных связей контекстного подхода. Это обосновано профессиональной спецификой нахождения в активной взаимосвязи различных профессий. Так, специалист по PR или рекламе, по стимулированию сбыта или прямому маркетингу должен ориентироваться в специфике своего предприятия, будь то металлургический завод или социальное некоммерческое партнерство защиты бездомных животных. В ином случае он не сможет добиться профессиональной компетентности, так как эффект его профессиональной деятельности – успешное продвижение – без знания рынка и специфики предприятия (его продуктов) не может быть достигнут. И руководствуясь этим, мы внедряем контекстную образовательную технологию как перспективное направление и оптимизируем учебную деятельность, сочетая с практическими занятиями и адаптацией к современным требованиям профессиональной компетентности специалиста. Одним из важных направлений развития профессионального образования являются личностно- и практико-ориентированные подходы, которые направлены на формирование профессиональной компетенции специалиста. Компетентность студентов мы рассматриваем в данной статье как интегративное знание своих собственных ресурсов, мобилизуемых специалистом для того, чтобы управлять ситуациями, с которыми он сталкивается в профессиональной деятельности.

Одно из направлений деятельности – активная организация практических занятий, для которых используются самые различные приемы и формы. Здесь надо отметить, что практические занятия необходимо выстраивать в русле непрерывности, когда задачи ставятся поэтапно, от простого к сложному, и учащиеся приобретают необходимые профессиональные навыки, согласно, получаемым теоретическим знаниям. В связи с этим нами реализуется программа практик, где результатом практических занятий становится отчет о проделанной работе в форме презентации.



Таким образом, активной формой работы в условиях контекстного обучения стала работа с презентациями. При подготовке и проведении презентации, безусловно, студентам надо учитывать множество нюансов.

Посмотрим на примере. На первом курсе – предмет «введение в специальность». Сразу после прочтения теоретической части учащимся предлагается работа по созданию презентации собственной группы или учебного заведения, но это не просто эмоциональное выступление или сочинение, а презентация с точки зрения специалиста по связям с общественностью. Однако ключевым моментом является четкое понимание цели презентации. Здесь можно выделить следующие задачи: донести информацию до слушателей, получить информацию от слушателей, побудить слушателей действовать на основании полученной информации. Обязательным условием презентации является создание обстановки, при которой обмен информацией был бы интересным, приятным и эффективным. На данном этапе студенты могут выбрать любую форму презентации в зависимости от уже существующей у них образовательной базы, навыков и умений. В рамках таких занятий мы даем базовые инструменты построения “классической” презентации: навыки общения, расстановка акцентов при выполнении конкретных задач, ролевые игры в различных модификациях и сочетаниях, при этом не ограничиваем студентов в применении данных инструментов. Имея определенные типовые материалы, студенты могут использовать и какие-то свои креативные находки для более успешной презентации, интересной для конкретной группы аудитории. Здесь важны для студентов и адаптация в коллективе и творческое раскрытие, и создание команды, и налаживание коммуникативных контактов.

На втором курсе – предмет «информационные технологии», где учат работать с различными компьютерными программами. На практике ставятся задачи по подготовке мультимедийной презентации. Тема презентаций также подбирается согласно дисциплинарным задачам (изучается история страны – историческая презентация) или посвящается событию внеучебной деятельности (проведению студенческого праздника, походу в театры или музеи). Отрабатываются навыки владения компьютерными программами, умение сочетать визуальный ряд презентации с текстами и другие. Отрабатывается техника подготовки слайдов в Power Point, работа с формой слайдов – выявляется отличие презентаций-иллюстраций выступления и презентаций-раздаточных материалов.

На третьем курсе – дисциплина «риторика». На практических занятиях вновь обращаемся к искусству презентации, но уже в аспекте речевого воздействия. Отрабатываем навыки владения и управления голосом. Навык аудиальной калибровки особенно актуален, когда множество деловых вопросов приходится решать, не видя собеседника, например в условиях телефонных переговоров. Идет сочетание работы с написанием текстов для презентаций. Написанный текст может выглядеть эффектным и убедительным на бумаге. Но, если голос не используется должным образом, то вся презентация может оказаться неудачной и результат не будет достигнут, несмотря на грамотно выполненную подготовительную работу. На этом этапе отрабатываются следующие навыки: уверенность в себе, сохранение спокойствия, работа с аудиторией, сценическая постановка работы на публике (позы, выход, положение, жестикация), контакт глазами с аудиторией, упражнения на работу с голосом, техника «словесной импровизации».

На четвертом курсе – ряд дисциплин специализации. В это время, согласно программе практик, студенты работают на различных предприятиях города. И постановка итоговой практической задачи – это самостоятельная организации студентом презентации. Тема презентации: представление предприятия – места прохождения практики. Если на первых трех курсах допускается возможность работы небольшими группами, а в некоторых случаях и приветствуется, то здесь работа ведется индивидуально и самостоятельно. Здесь отрабатываются ранее полученные навыки в их совокупности и добавляется работа со сложной аудиторией, работа с возражениями, с комплексным содержанием слайдов.

Большинство современных программ по развитию навыков презентации и продвижения из представленных в изобилии на рынке образовательных услуг пользуется заслуженной популярностью. Однако процесс представления предприятия и/или продукта (услуги) в работе

специалистов в сфере интегрированных коммуникаций — случай особенный. Работа по продвижению для них строится по принципу синтеза практических навыков продвижения и теоретического знания о продукте. Здесь, кроме навыков презентации и продвижения, необходимо глубокое знание свойств и преимуществ продукта, что и представляется возможным сегодняшнему студенту – завтрашнему специалисту – реализовать в презентации предприятия (или продукта).

Таким образом, профессиональная компетенция достигается благодаря применению комплексной педагогической технологии, включающей в себя классические и инновационные технологии, в основе которой лежит моделирование образовательного процесса или его отдельных компонентов с ориентацией на высокий результат в будущей профессии.

---

1. Вербицкий, А.А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход: метод. пособие / А.А. Вербицкий. – М.: Высш. шк., 1991.

*Е.В. Полукеева*

## **СТРУКТУРА ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ИНОЯЗЫЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ**

Обучение профессионально-иноязычному общению – одно из актуальных и перспективных направлений развития высшего профессионального образования. В документах Совета Европы по вопросам образования и профессиональной подготовки специалистов прослеживается тенденция Общеввропейского сообщества к проведению целенаправленной политики, ориентированной на формирование и развитие способности специалистов свободно общаться на иностранном языке в сфере профессиональной деятельности. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования определяет общение как целевую доминанту обученности.

Ведущая *цель* профессионально-иноязычного образования будущих педагогов профессионального обучения предусматривает формирование такого уровня профессионально-иноязычной коммуникативной деятельности, который бы обеспечил выполнение конкретных видов профессиональной речевой деятельности.

В структуре профессионально-иноязычной коммуникативной деятельности будущих педагогов профессионального обучения автором обоснованы и конкретизированы следующие компоненты.

*Информационно-аналитическая иноязычная деятельность* предполагает сформированность умений, связанных с решением информационно-содержательных аспектов профессионально-иноязычного общения будущих педагогов профессионального обучения:

- воспринимать, анализировать и отбирать профессионально-иноязычную информацию;
- ориентироваться в структуре профессионально-иноязычной информации (текст или устное сообщение); выделять информативный центр сообщения, главную мысль, тему, предмет обсуждения, мотив и цель обсуждения, анализировать информативность сообщения;
- перерабатывать и систематизировать профессионально-иноязычную информацию;
- осуществлять поиск и анализ заданной информации в контексте повседневной и общепрофессиональной тематики в структуре межличностного, обще- и узкопрофессионального общения (в процессе чтения профессионально значимых текстов);
- осуществлять логическую ориентировку в структуре информации обще- и узкопрофессионального характера;
- осуществлять поиск, анализировать и извлекать значимую профессиональную информацию из различных источников;

- умение находить ключевую и более детальную информацию, фактологические аспекты и причинно-следственные связи;
- структурировать предложения в целостное высказывание с учётом причинно-следственных связей, стиля и регистра профессионального общения.

Данные умения являются важными для осуществления поиска, сбора и извлечения профессиональной информации на иностранном языке, необходимой для дальнейшего использования в профессиональной деятельности и процессе профессионально-иноязычного общения.

*Логико-композиционная иноязычная деятельность* предполагает умение:

- строить высказывание на основе конкретного речевого образца;
- комбинировать информацию из разных микротекстов;
- логично и композиционно грамотно составлять текст;
- извлекать информацию из нескольких образцов и строить прогнозируемые ситуации по заданным условиям.

*Коммуникативно-речевая иноязычная деятельность* предполагает умение применять иностранный язык непосредственно в сфере повседневного межличностного общения, актуального в контексте профессиональной деятельности, которое обеспечивает правильность, точность, уместность, чистоту и ясность, а также логическую стройность речевой деятельности специалиста в профессиональных ситуациях:

- непосредственно использовать профессионально-иноязычную информацию и профессионально-иноязычный тезаурус в ситуациях профессионального общения;
- выражать свои мысли, оперативно используя соответствующие способы, находить словесные выражения, адекватные ситуациям профессионального общения;
- грамотно строить профессионально-иноязычную речь в соответствии с принятыми нормами и правилами, с учетом имеющихся профессиональных знаний;
- - выбирать и использовать различные стратегии и тактики взаимодействий для решения профессиональных задач в процессе общения (привлечь внимание собеседника, инициировать общение, продолжить общение, закончить общение в зависимости от его целей);
- моделировать профессионально-речевое поведение в различных ситуациях профессионально-иноязычного общения (учитывать ситуацию общения и продуктивно выстраивать линию своего поведения, прогнозировать результат своего высказывания или реплику собеседника, захватить и удерживать инициативу общения или предоставить партнеру возможность реализовать свой замысел);
- распознавать и употреблять тезаурус повседневного межличностного общения, актуального в контексте профессиональной деятельности;
- распознавать и употреблять профессиональную терминологию;
- употреблять речевой этикет, адекватный ситуации общения;
- производить и интерпретировать высказывания в рамках межличностного и повседневного общения, имеющего место в контексте профессиональной деятельности;
- производить и интерпретировать высказывания общепрофессионального и специального характера.

Социально-психологический аспект профессионально-иноязычной коммуникативной деятельности включает в себя *мотивацию и рефлексивно-оценочные умения*.

*Мотивация* выполняет стимулирующую функцию, является пусковым механизмом в профессионально-иноязычном общении, включает потребности, мотивы, интересы, ценностные ориентации специалиста на профессионально-иноязычное общение.

*Рефлексивно-оценочные умения* обеспечивают эффективность и успешность социального взаимодействия, психологического и эмоционального восприятия в процесс профессионально-иноязычного общения.

Данные умения профессионально-иноязычного общения будущих педагогов профессионального обучения определяют понимание собственной значимости в

профессиональном коллективе, познание себя и уровня самореализации в процессе профессионально-иноязычного общения.

Все указанные умения профессионально-иноязычного общения предполагают, что будущий педагог профессионального обучения сможет в устной и письменной форме устанавливать и поддерживать контакт с иноязычным партнером по профессиональному общению, сообщать и запрашивать профессионально-иноязычную информацию, логично и последовательно высказываться и адекватно реагировать на высказывания партнера по профессионально-иноязычному общению, интерпретировать и обобщать данную информацию, сможет использовать различные стратегии извлечения профессионально-иноязычной информации из звучащего или письменного текста и творчески ее перерабатывать.

**С.Н. Сорокоумова**

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ**

На современном этапе значительно вырос интерес к интеграции детей с «особыми образовательными нуждами» в общеобразовательную среду. Очевидно, что скоро произойдет переход от единичных случаев удачной интеграции к все более широкому применению такого подхода в обучении и воспитании во всей системе образования.

Такой подход в современном образовании получил название инклюзивного, или включенного, образования (франц. *inclusif* – включающий в себя, от лат. *include* – заключаю, включаю). Термин, используется для описания процесса обучения детей с особыми потребностями в общеобразовательных (массовых) школах.

Инклюзивное образование – процесс развития общего образования, который подразумевает доступность образования для всех, в плане приспособления к различным нуждам всех детей, что обеспечивает доступ к образованию для детей с особыми потребностями.

Инклюзивное образование старается разработать подход к преподаванию и обучению, который будет более гибким для удовлетворения различных потребностей в обучении и воспитании детей.

В настоящее время Болонское соглашение, в части инклюзии как реформы, поддерживающей и приветствующей различия и особенности каждого ученика (пол, раса, культура, социальный класс, национальность, религии, а также индивидуальные возможности и способности), начинает свои первые шаги в России. Инклюзия рассматривается зачастую исключительно как обучение детей с инвалидностью в общеобразовательных школах вместе с их сверстниками. Инклюзивное обучение даёт возможность детям развивать социальные отношения через непосредственный опыт. В основе практики инклюзивного обучения лежит идея принятия индивидуальности каждого учащегося, и, следовательно, обучение должно быть организовано таким образом, чтобы удовлетворить особые потребности каждого ребёнка.

Образовательный процесс при инклюзивном подходе позволит обучающимся приобрести необходимые компетенции, согласно образовательным стандартам. Для людей с особыми образовательными потребностями должны учитываться определенные условия, без которых обучение будет весьма затруднительным:

- обеспечение соблюдения прав учащихся на осуществление полноценного образования;
- эргономически доступная среда (пандусы, лифты, специально оборудованные туалеты, профилакторий, ЛФК, медицинский кабинет, специально оборудованный спортивный зал и др.);
- организационно-методическая поддержка учебного процесса (индивидуальные учебные программы; инновационные информационные технологии в учебном процессе; воспитательная работа, используемая в учебном процессе; текущий и итоговый контроль знаний учащихся);

- мониторинг инклюзивного образования (отслеживание индивидуальных образовательных достижений учащихся и др).

Как показывает опыт, инклюзивный подход направлен на более полное взаимодействие всех участников образовательного процесса (детей, родителей, педагогов и персонала). Совместное сотрудничество создает особую среду и культуру, в которой абсолютно все будут равноценны и причастны. Практика совместной работы и участия основывается и поддерживается совместно разделяемыми ценностями учеников и персонала школы, в соответствии с которыми учитывались особенности каждого ребенка или взрослого. Эти ценности отражались не только на том, как персонал школ относится к детям, но и на взаимодействии взрослых, искренней радости талантам и особенностям каждого человека.

Что же касается высшей школы, этот процесс кажется нам затруднительным. Профессиональное сообщество педагогов должно гибко приспосабливаться к изменениям в запросе общества на качество образования. Но практикующие педагоги не готовы работать с учащимися с «особыми образовательными потребностями». Здесь существуют пробелы как в качестве подготовки самих специалистов (это зачастую связано с незнанием специфического развития детей как на физическом, так и на психическом уровне), так и неготовности самих учреждений принимать таких учеников.

В вузах работает «щадящая модель» приема, конкурса и отбора «особых» абитуриентов, и круг получаемых профессий уже predetermined, где не учитываются желания и интересы детей. Специфика получаемых специальностей строго очерчена медицинским диагнозом.

Главная задача состоит в том, чтобы сделать высшую школу более сензитивную по отношению к детям с ограниченными возможностями. Предоставить им большую свободу выбора, основанную прежде всего на стремлении студентов получить интересную для себя профессию. Одно из главных направлений деятельности на этом пути – устранение всевозможных барьеров в образовании – основывается на социальном подходе к таким студентам.

Социальный подход пропагандирует равноправие всех студентов и предоставление всем равных стартовых возможностей при получении качественного образования, следовательно, обеспечивает равные права и возможности для всех обучающихся. Психологические особенности этого подхода таковы: если студент не может выполнять функциональное действие из-за своего диагноза, проблема вновь ищется не в том, как организованно это действие и как его лучше организовать, а в самом студенте, который не может это действие произвести.

Студент фактически расходуется на адаптацию к существующей среде, а не наравне с другими участвует в жизни вуза, в то время как адаптационные задачи можно решать, не находясь в той же среде и не задумываясь о перспективе. Интегративный подход предполагает несколько большие знания о цепочке сред, сквозь которые необходимо «провести» студента.

Для интегративного подхода характерно качественное сопровождение студента. При этом сопровождающий должен отследить, что его нужно вовремя переместить другую среду, более отвечающую возможностям студента и задачам его развития. Те люди, которые сопровождают обучающегося в процессе интеграции и отслеживают его индивидуальный маршрут, находятся вместе с ним в той же среде, наблюдая за его развитием. Адаптационные задачи включены как этапы в более общий образовательно-воспитательный процесс.

Преимуществом инклюзивного образования является создание благоприятных условий для скорейшей социализации и индивидуализации таких студентов, где эти процессы понимаются в более широком смысле: социализация как проявление индивидуального и творческого потенциала каждого студента.

Основой такой индивидуализации является возможность вести каждого конкретного ребенка в направлении образовательного стандарта своим путем, не снижая в целом уровня образования. Такой принцип изменяет не содержание, а методы и пути обучения.

Разнообразие методов и путей обучения, нацеленность на повышение образовательного уровня студента – вот то, к чему следует стремиться. Только это позволит гибко выстраивать индивидуальный образовательный маршрут каждого студента, включенного в этот процесс. Поэтому для образовательного учреждения принципиально необходимо взаимодействие профессионалов разных уровней: они должны очень точно и согласованно подходить к работе с каждым конкретным студентом. Самая сложная проблема в этом – интеграция профессионального знания. Интеграция – это продуктивная совместная и творческая субъект-субъектная деятельность всех участников образовательного процесса, это единое системное воздействие, выработанное совместными усилиями профессионалов разных профилей, которые научились обсуждать обучающего на одном языке.

Детям с особенностями развития сегодня вовсе необязательно обучаться в специальных учреждениях, напротив, получить более качественное образование и лучше адаптироваться к жизни они смогут в обычных условиях школы или вуза.

Администрация и педагоги принимают абитуриентов с особыми образовательными потребностями, независимо от их социального положения, физического, эмоционального и интеллектуального развития, и создают им условия на основе психолого-педагогических приемов, ориентированных на потребности этих детей.

Для осуществления этого необходимо в первую очередь подготовить специалистов, которые на различных образовательных ступенях помогут детям получить эти знания. Учитывая значительную вариативность индивидуального развития детей, образовательным учреждением предусматривается несколько моделей совместного обучения: от постоянного до эпизодического, с сохранением во всех случаях необходимой специализированной психолого-педагогической помощи.

Для этого необходимо создать модель психолого-педагогического сопровождения и индивидуальные образовательные маршруты, где для таких обучающихся на каждой образовательной ступени будет оказана необходимая помощь специалистами учреждений.

Специфика детей с «особыми образовательными нуждами» такова, что они вынуждены брать отпуск по состоянию здоровья и им в условиях вуза на это время может быть предоставлена так называемая «дистанционная помощь» или осуществлено дистанционное обучение, под которым понимается комплекс образовательных услуг, предоставляемых студентам с помощью специализированной информационно-образовательной среды, базирующейся на средствах обмена учебной информацией на расстоянии. Для реализации дистанционного обучения необходимо мультимедийное оборудование (компьютер, принтер, кодоскоп, сканер, веб-камера и т.д.), с помощью которого будет поддерживаться связь студента с центром дистанционного обучения. В ходе учебного процесса проходит как общение преподавателя с учащимися в режиме онлайн, так и выполнение учащимся заданий, присланных ему по электронной почте, с последующей отправкой результатов в центр дистанционного обучения.

То есть стратегия вузовской подготовки заключается в том, что основная нагрузка будет оказана педагогами в организации самостоятельной работы для учащихся, где особое внимание уделяется содержательной оценке результатов совместной деятельности студента и преподавателя. Главная задача – выявить индивидуальные положительные особенности в каждом студенте, зафиксировать его умения, приобретенные за определенное время, наметить возможную ближайшую зону и перспективу совершенствования приобретенных навыков и умений и, как можно больше, расширить его функциональные возможности.

Многие педагоги испытывают трудности при работе с такими студентами, в этом случае на помощь приходит психологическая служба вуза и студенческий профилакторий, которые оказывают квалифицированную помощь и обеспечивают более продуктивный учебный процесс:

- осуществляют консультации и семинары «на рабочем месте» для педагогов;
- отслеживают индивидуальные маршруты студентов;
- проводят психодиагностическую и коррекционно-развивающую работу;

- осуществляют профилактическую и медицинскую помощь по охране и укреплению физического и нервно-психического здоровья студентов и т.д.

В рамках инклюзивного подхода планирование каждым вузом еще на этапе своей деятельности, образовательных программ и т.д. должно учитывать ожидаемые и реальные возможности всех учащихся с их индивидуальными потребностями. Именно такого подхода требует современная школа.

Основа такого подхода – ориентир на нормальное психическое развитие каждого ученика, а не на отклонения в виде девиации или патологии (иногда некоторые нарушения фактически являются нормой). Некоторые нарушения могут причинять значительные «психические страдания», тем не менее они не должны определять жизнь будущего специалиста.

Понимание и принятие такого подхода позволяют повышать самооценку людей с ограниченными возможностями здоровья и дают им равные права и возможности. Такой подход имеет огромное значение для системы отечественного образования, а ее положительный опыт, имеющийся в каждом вузе, будет использоваться на благо интеграции.

*Е.А. Герасимова, Е.Н. Лебедева*

## **ДИАГНОСТИКА СОЦИАЛЬНО-НРАВСТВЕННЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ КАК ПОКАЗАТЕЛЯ ИХ ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ**

Чтобы руководить процессом формирования и развития личности студента, необходимо определить особенности свойств личности каждого из них, тщательно проанализировать условия их жизни и деятельности, перспективы и возможности выработки необходимых качеств.

Если изучать студента как личность, то возраст 17–23 года – период наиболее активного развития нравственных и эстетических чувств, становления и стабилизации характера и, что особенно важно, овладения полным комплексом социальных ролей взрослого человека: гражданских, общественно-политических, профессионально-трудовых и др. С этим периодом связано начало экономической активности, под которой демографы понимают включение человека в самостоятельную производительную деятельность, начало трудовой биографии.

Самая главная особенность юношеского возраста состоит в осознании человеком своей индивидуальности, неповторимости, в становлении самосознания и формировании «образа Я». Образ «Я», по И.С. Кону, – это социальная установка, отношение личности к себе, включающее три взаимосвязанных компонента: познавательный, эмоциональный и поведенческий [1]. Становление самосознания актуализирует проявление важнейших и часто противоречивых потребностей юношеского возраста: в общении, уединении, достижении и др.

А.В. Мудрик в своих исследованиях показал, что одной из важных потребностей является потребность в общении [2]. У студентов первых курсов она проявляется особенно заметно: у многих из них прерываются личные контакты, сложившиеся до поступления в вуз. В общении студенты познают не только других, но и себя, овладевают опытом социальной жизни. Потребность в общении способствует установлению многообразных связей, развитию товарищества, дружбы, стимулирует обмен знаниями и опытом, мнениями, настроениями и переживаниями.

Потребность в достижении, если она не находит своего удовлетворения в основной для студента учебной деятельности, закономерно смещается на другие сферы жизни: в спорт, бизнес, общественную деятельность, хобби или в сферу интимных отношений. Но человек обязательно должен найти для себя область успешного самоутверждения, в противном случае ему грозят уход в болезнь, невротизация или уход в криминальную жизнь.

Потребность в достижениях часто входит в конфликт с потребностью в общении, и разрешение этого конфликта в пользу той или иной потребности приводит к дальнейшим личностным изменениям. Благоприятное положение студента в окружающей его среде содействует нормальному развитию его личности.

Развитие личности студента как будущего специалиста с высшим образованием происходит в нескольких направлениях:

- укрепляется устойчивость взглядов, профессиональная направленность, развиваются необходимые способности;
- совершенствуются, «профессионализируются» психические процессы, опыт;
- повышаются чувство долга, ответственность за успех учебно-профессиональной деятельности, рельефнее выступает индивидуальность студента;
- растут притязания личности студента в области своей будущей профессии;
- на основе интенсивной передачи социального и профессионального опыта и формирования нужных качеств растут общая зрелость и устойчивость личности студента;
- повышается удельный вес самовоспитания студента в формировании качеств, опыта, необходимых ему как будущему специалисту;
- крепнут профессиональная самостоятельность и готовность к будущей практической работе.

Педагогическая диагностика, по определению М.И. Шиловой, – это педагогическая деятельность, направленная на изучение и распознавание состояния объектов (и субъектов) воспитания в целях сотрудничества с ними и управления процессом воспитания [3].

При планировании и проведении воспитательной работы со студентами необходимо опираться на следующую закономерность: своевременная и регулярная педагогическая диагностика социально-нравственных ориентаций студентов позволяет относительно точно и четко определить недочеты в воспитании, спланировать этапы внутренней и внешней коррекции в случае обнаружения отрицательного результата воспитания.

Диагностирование социально-нравственных ориентаций студентов преследует следующие цели:

1. Определение результата воспитания, выраженного в направленности ориентаций студентов.
2. Внутренняя и внешняя коррекция в случае отрицательного результата воспитания и стимулирование социально-нравственных ориентиров студентов в случае положительного результата.
3. Совершенствование воспитательной работы вуза.

Для изучения социально-нравственных ориентаций студентов нами был проведен опрос экспериментальной группы (45 чел.). Мы исходили из критериев, разработанных на основе принятых общепедагогических критериев по выявлению и оценке уровня воспитанности учащихся, применительно к проблеме развития *социально-нравственных ориентаций*:

- ценностно-мотивационный;
- интеллектуально-познавательный;
- деятельностно-практический, или поведенческий.

Анализ исследовательской работы на основе выработанных критериев ценностно-нравственной ориентации и признаков ее проявления позволил развести студентов по определенным уровням ее развития, результатом которого явилось следующее: к высокому уровню развития ценностно-нравственной ориентации можно отнести лишь 22% опрошенных, (нравственные установки которых, реализуясь в общественно значимой и личностно ценной деятельности, находятся в гармоничном развитии и единстве); к среднему уровню условно отнесены 61% студентов, жизненные ориентиры которых не всегда имеют нравственную основу, 17% студентов можно классифицировать как учащихся с «низким» уровнем нравственной направленности, ибо у них зачастую наблюдается не только полное отсутствие конкретных жизненных перспектив, но и нежелание планировать или прогнозировать дальнейшую деятельность в соответствии с социально-нравственными критериями.

Диалектика общего и особенного предполагает раскрытие общих условий и принципов формирования ценностно-нравственных ориентаций, на фоне которых только и можно выявить особенности педагогических условий личностного принятия студентами нравственных ценностей. Такими наиболее общими принципами, лежащими в основе создания адекватных



педагогических условий, являются закрепленные в Законе Российской Федерации «Об образовании» принципы гуманизации, демократизации и гуманитаризации образовательного процесса в учебных заведениях.

### ***Библиографический список***

1. Кон, И.С. Психология ранней юности: книга для учителя / И.С. Кон. – М.: Просвещение, 1989. – 255 с.
2. Мудрик, А.В. О воспитании старшеклассников / А.В. Мудрик. – М.: Просвещение, 1981. – 176 с.
3. Шилова, М.И. Учителю о воспитании школьников / М.И. Шилова. – М.: Педагогика, 1990. – 144 с.

***Н.Ю. Шуваева***

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Актуальность проблемы эффективного и гуманного использования массовых социальных коммуникаций породила интерес к ряду коммуникативных специальностей, направленных на формирование специалистов в области лингвистики, социологии, психологии, информатики, маркетинга и бизнеса.

Однако при планировании учебно-воспитательного процесса многие специалисты сталкиваются с проблемой определения основных задач учебных курсов, необходимостью разработки новых технологий коммуникативных действий, современных коммуникативных методик, внедрения в практику новых моделей общения, воспитания личности, адекватных требованиям времени. Именно требования, определяемые современными реалиями, диктуют набор критериев, предъявляемых к уровню подготовки будущих специалистов в области коммуникаций. Проблема введения инноваций в педагогический процесс и его ориентации на практическую подготовку специалистов стала настолько острой, что давно вышла за рамки обсуждения, определяемые профессиональным сообществом. При условии колоссальной мобильности современного общества, его тяги к постоянному видоизменению, основной акцент при подготовке специалистов необходимо делать на их готовность к эффективной профессиональной деятельности, способности к адаптации к быстро меняющимся, неопределенным и зачастую противоречащим друг другу условиям современного мира. Большое внимание необходимо уделить формированию умений виртуозно владеть профессиональными навыками, умению использовать полученные знания при решении нестандартных профессиональных задач, а также формированию гуманной, социально продуманной субъектной составляющей личности будущих специалистов.

Предъявляемые требования порождают необходимость формирования особой социально активной и сверхкоммуникативной личности, отличающейся особым рефлексивным типом мышления. Однако помимо особых личностных качеств, большое значение при планировании учебно-воспитательного процесса необходимо уделять формированию морально-этических компонент, ибо человек владеющий информацией владеет миром, а значит, несет колоссальную ответственность.

Проблема разработки таких технологий весьма актуальна, однако она не отменяет уже существующих практических наработок в области психологии, педагогики, социологии и таких специальных наук, как экономика, политология, маркетинг. Основной задачей при создании учебно-воспитательной программы по формированию специалистов по коммуникациям, на наш взгляд, является гармоничная интеграция этих наук, объединение гуманитарных и специальных наук в четкую структурированную программу. Большое значение при создании педагогических

технологий необходимо уделять морально-этическим компонентам, знанию законодательных документов, юридической компетентности и формированию гуманности и толерантности у студентов.

*Т.Н. Овчарова*

## **ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЩЕНИЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

*Все то, что есть человек ... обретается в коммуникации  
... где есть коммуникация, там есть и одиночество  
К. Ясперс*

В общении, как правило, видят взаимодействие, взаимовлияние двух и более людей, их индивидуальных сознаний, эмоциональных состояний, волю. Общение – это сложный и многоплановый процесс. В социальной психологии принято выделять три основные стороны общения:

- 1) обмен информацией (коммуникативный аспект);
- 2) взаимное восприятие и понимание людьми друг друга (перцептивный аспект);
- 3) осуществление совместной деятельности (интерактивный аспект).

Общение многообразно как по содержанию, так и по формам проявления. Человеческое общение может рассматриваться не только как рационально оформленный процесс речевого обмена информацией, но и как установление непосредственного эмоционального взаимодействия между людьми. Общение может варьироваться от кратковременного, внешнего контакта до уровня духовного взаимопроникновения субъектов общения, до глубинной, сущностной сопричастности «Я» и «Другого» [1, с. 42–43]. Общение в его философско-онтологическом аспекте – основа существования человека.

Педагогическое общение как особый вид общения может рассматриваться как форма учебного сотрудничества педагога и учащегося (преподавателя и студента), как основная форма осуществления педагогического процесса. Взаимодействие как основа педагогического общения описывается схемой «человек – человек». Качество педагогического общения определяется тесной взаимосвязью обучающей и воспитывающей функций. Если учитывать две основные модели обучения, описанные в современной литературе – традиционную и личностно-ориентированную, – то характер общения в них принципиально различный.

Традиционное обучение построено на понимании обучения как одностороннего процесса воздействия педагога на учащегося с целью прежде всего передачи от первого ко второму определенного объема информации. В современных условиях односторонне направленный учебно-воспитательный процесс не достигает основной цели образования – становления личности, способной существовать в условиях постоянно меняющегося и противоречивого мира.

Если иметь в виду личностно-ориентированную модель образовательного процесса, то в ее рамках педагогическое общение максимально раскрывает свою сущность как субъектно-субъектное отношение, как диалогический тип общения. Так понимаемое общение своей целью не может иметь простую передачу информации студенту, хотя в условиях вуза не следует недооценивать информационную функцию общения. Общение как диалог предполагает, что знания, умения и навыки выступают средством становления творческой и ответственной личности. «Основная цель педагогического общения состоит как в передаче общественного и профессионального опыта (знаний, умений, навыков) от педагога учащимся, так и в обмене личностными смыслами, связанными с изучаемыми объектами и жизнью в целом» [2].

Педагогическое общение в вузе представляет собой целостную систему взаимодействия преподавателя и студента, содержащую в себе обмен информацией, воспитательный элемент и организацию взаимоотношений с помощью разнообразных коммуникативных средств.

Совершенствование технологий педагогического общения возможно по многим направлениям, среди которых использование инновационных технологий общения и, в частности информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), выходит на первый план.

ИКТ расширяют возможности образовательной среды за счет использования компьютерных обучающих и контролирующих программ, мультимедийного сопровождения лекций, внедрения в учебный процесс Интернет-технологий, интерактивной доски SMART Board, программ для проведения деловых игр и др. ИКТ позволяют по-новому реализовывать методы, активизирующие творческую активность студентов. В современных электронных учебниках ставятся вопросы и формулируются задания, развивающие креативное мышление. ИКТ позволяют организовывать дискуссии, конференции не только в аудиториях, но и виртуально – на сайтах. Образовательные порталы, которые имеют сегодня практически все образовательные учреждения, позволяют преодолеть барьеры реальной коммуникации в социальном пространстве и организовать общение различных субъектов образовательного процесса в виртуальном пространстве. ИКТ позволяют обеспечить высокую степень индивидуализации обучения за счет образовательных модулей, блоков, а также осуществлять действенную обратную связь в учебном процессе. Есть и другие преимущества в использовании ИКТ в образовательном процессе. Например, ИКТ стали основой новой, весьма востребованной сегодня, дистанционной формы обучения, при которой непосредственное педагогическое общение сведено к минимуму, а имеет место опосредованное ИКТ общение как в режиме реального времени - on-line, так и в режиме с отложенным ответом - off-line [3].

С использованием ИКТ в учебном процессе возникает опосредованное компьютером общение преподавателя и студента. Компьютер берет на себя ряд функций в учебном процессе: хранит, обрабатывает, передает информацию; обеспечивает доступ к удаленным базам данных посредством сети Интернет; дает возможность виртуального общения с партнером, преодолевая временные и пространственные границы; позволяет получать информацию не только от преподавателя, но и с помощью интерактивных обучающих программ.

Таким образом, компьютерные технологии предоставляют на базе опосредованного общения возможности обучения, не уступающие по качеству возможностям традиционного обучения, основанным на технологиях непосредственного общения. Но это при одном существенном условии: в образовательном процессе ведущая роль должна оставаться за преподавателем. В медиапространстве не должен быть нивелирован персональный характер встречи учителя и ученика, а все содержание образования не может быть сведено к справочному материалу, лишено культурного значения и смысла [4, с. 133].

Новые технологии в образовательном процессе должны играть вспомогательную роль. Нельзя потерять самое ценное в образовании – возможность общения студентов с преподавателем. Мультимедийные учебные продукты – не самоцель, а средство сделать лекцию авторской, неповторимой. «Для студентов, – замечает Е.Ю.Ванина, нередко область знания ассоциируется с личностью преподавателя, чей интеллектуальный и эмоциональный потенциал делает лекцию запоминающейся на всю жизнь. В силу этого личность лектора должна оставаться в центре мультимедийной лекции, а живое общение студента с преподавателем никогда не может быть заменено никакими машинами» [5, с. 75]. В противном случае мы потеряем гуманитарную составляющую образования, направленную на развитие личности. «Образование может перестать быть фактором культуры человека и превратиться исключительно в социальную технологию» [4].

### ***Библиографический список***

1. Батищев, Г.С. Введение в диалектику творчества / Г.С. Батищев. – С.-Петербург: Изд-во РХГИ, 1997. – 464 с.
2. Педагогическая психология. Тема 13. Педагогические способности [Электронный ресурс]. [http://www.ido.rudn.ru/psychology/pedagogical\\_psychology/14/html](http://www.ido.rudn.ru/psychology/pedagogical_psychology/14/html)

3. Можаяева, Г.В. Современные ИКТ и их роль в системе образования [Электронный ресурс]. [http://ido.tsu.ru/other\\_res/ep/filosof\\_umk](http://ido.tsu.ru/other_res/ep/filosof_umk)
4. Ланкин, В. Электронный учебник: возможности, проблемы, перспективы / В. Ланкин, О. Григорьева // Высшее образование в России. 2008. № 2. С. 130–134.
5. Ванина, Е.Ю. Технологии мультимедиа в учебном процессе / Е.Ю. Ванина, А.Н. Леонтьев // Высшее образование сегодня. 2008. № 2. С. 73–75.

*Е.В. Поташева*

## **НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПОНИМАНИЯ МЫШЛЕНИЯ КАК СРЕДСТВА ПОВЫШЕНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ**

Проблема мышления возникла в психологической науке как предмет исследования в начале 20-х годов XX века.

Хотя вопрос о том, что такое мышление и какова его роль в познании, труде, жизни интересовал человечество с давних времен. Еще в период античности в философии возникло разграничение деятельности органов чувств и деятельности мышления. Если Гераклит Эфесский (V век до н. э.) разграничивал ощущение и мышление, то Парменид (V век до н. э.) противопоставлял эти процессы, полагая, что только мышление может дать истинное и достоверное знание. С тех пор проблема мышления находилась в поле внимания ученых.

Сторонники ассоциативной психологии не ставили перед собой проблемы анализа мыслительной деятельности. Мышление сводилось к сцеплению ассоциаций. За реальность принимались лишь ощущения и их копии.

Психологический анализ мышления заключался в выяснении законов ассоциации, по которым сложные идеи или образы создаются из элементарных. Один из основоположников ассоциативной психологии – А. Бел отводил ассоциациям по сходству основную роль в мышлении [1]. Понятия, суждения, умозаключения характеризуются как ассоциации представлений. Другие представители ассоциативной психологии считали, что мышление сводится к актуализации ассоциаций.

Репродукция идей стала краеугольным камнем ассоциативной теории мышления. Само мышление стало называться репродуктивным. Мышление рассматривалось нередко как произвольная функция от других психических функций: памяти, внимания.

Представители вюрцбургской школы (О. Кюльпе, Н. Ах, О. Зельц и др.) выдвинули положение о том, что мышление не сводимо к процессу ассоциаций, что оно имеет свою специфику, не сводимую к наглядно-образному содержанию ощущений и восприятия. Механизмом мышления, по их мнению, является детерминирующая тенденция, идущая от представления цели, не осознаваемая самим человеком [1]. Выдвинув впервые понятие цели, задачи, эта школа противопоставила механизм мышления чувственному познанию. Мышление объявляется актом «чистой» мысли, не связанным ни с опытом, ни со знанием.

Подобная трактовка мышления как особого вида «духовной активности» особенно выражена у Ясперса, который противопоставил интеллект мышлению [2].

Э. Блейлер противопоставил реальному, отражающему действительность мышлению аутистическое, которое якобы не зависит ни от действительности, ни от логических законов и управляется не ими, а аффективными потребностями. По Блейлеру, это стремление человека испытывать удовольствие и избегать неприятных переживаний [3]. Концепция Э. Блейлера имеет историческую ценность: в противовес современной ему формальной интеллектуалистической психологии он подчеркнул аффективную обусловленность мыслительного процесса, точнее, зависимость направленности мышления от потребностей человека.

Понимание психологических процессов, в частности мышления, как развивающихся из внешней деятельности имеет место в исследованиях Ж. Пиаже, А. Валлона [4].

Большое внимание на исследование мышления оказали работы гештальт-психологии.

В исследованиях В. Келера, М. Вертгеймера, К. Дункера мышление рассматривается как внезапное, не подготовленное прежним опытом и знаниями понимание ситуации. Деятельность мышления заключается, по их мнению, в том, что отдельные части (конфигурация) проблемной ситуации воспринимается в новых отношениях и в зависимости от нового обстоятельства. Само же реструктурирование происходит благодаря внезапному схватыванию – инсайту [5].

В отечественной психологии в работах Л. С. Выготского, П. Я. Гальперина, А. А. Леонтьева, Л. С. Рубинштейна мышление рассматривалось как процесс овладения системой общественно исторически выработанных операций и знаний [6].

Мышление определялось в отечественной психологии как обобщенное и опосредованное отражение действительности, тесно связанное с чувственным познанием мира и практической деятельностью людей.

Итак, мышление возникает как процесс, включенный в жизнедеятельность, развиваясь, оно превращается в относительно самостоятельную деятельность, имеющую свои мотивы, цели и способы. Мышление включено в общение, в процессы межличностного познания, может принять форму совместной деятельности. Мышление – необходимый компонент рефлексии, и само становится объектом этой рефлексии.

Если обобщить, то мышление – это сложный, опосредованный практическим опытом и знаниями, обобщенный и осуществляемый посредством слова процесс отражения личностью предметов и явлений в их связях и отношениях. Такого определения процесса мышления придерживалась марксистско-ленинская теория отражения.

Мышление также является особой формой человеческой деятельности, формирующейся в практике, когда перед человеком встает необходимость решить какую-либо задачу.

Мыслительная деятельность заключается не только в умении познать окружающий мир, но и в умении действовать адекватно поставленной цели. Мыслительный процесс является активным, целеустремленным процессом, направленным на разрешение определенной задачи, личностно мотивированным.

Суммируя основные положения изложенного материала, можно констатировать, что мышление:

- это психический процесс, который является обобщенным и опосредованным отражением общего и существенного в действительности;
- как и остальные психические процессы, оно выполняет регулирующую функцию по отношению к поведению человека, поскольку связано с отражением целей, средств;
- является свойством сложной функциональной системы;
- это процесс социально обусловленный.

### ***Библиографический список***

1. Рубинштейн, С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб., 2005. – С. 713.
2. Ясперс, К. Общая психопатология / К. Ясперс. – М., 1997.
3. Блейлер, Э. Аутическое мышление: хрестоматия по общей психологии. Психология мышления / Э. Блейлер. – М., 1981. С. 113.
4. Пиаже, Ж. Теория Пиаже // В кн.: История зарубежной психологии в 30-е – 60-е годы XX века. – М., 1986.
5. Дункер, К. Подходы к исследованию продуктивного мышления: хрестоматия по общей психологии. Психология мышления / К. Дункер. – М., 1981. – С. 37.
6. Гальперин, П.Я. Психология мышления и учение о поэтапном формировании умственных действий // Исследование мышления в советской психологии. – М., 1966.

## **ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТА КАК ФАКТОР УСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

Индивидуальный стиль деятельности является внешним проявлением особенностей высшей нервной деятельности индивида. Индивидуальный стиль определенного вида деятельности формируется по мере адаптации темперамента к условиям различных сторон человеческой активности (игровой, учебной, трудовой). В связи с этим, учебно-воспитательный процесс следует рассматривать как область формирования индивидуального стиля учебной деятельности. В работе с коллективом студентов необходимо учитывать особенности их индивидуального стиля деятельности, для выявления которого, целесообразно, на взгляд авторов, определять общий тип нервной деятельности (или темперамента) обучаемых.

Определение типов темперамента студентов I–II курсов, осуществленное посредством внедрения психодиагностических методик (бланковый тест ЧХТ, тест Азейнка), и последующее соотнесение полученных данных с результатами успеваемости обучаемых и индивидуальными особенностями поведения во время учебных занятий позволяют высказать ряд соображений.

В процессе восприятия и усвоения учебного материала у студентов, обладающих различными типами темперамента, обнаруживаются различные комплексы реакций. Особенно ярко это проявляется при сопоставлении индивидуального стиля усвоения нового материала холериками и флегматиками.

Холерики (сильный неуравновешенный тип нервной системы, процессы возбуждения доминируют над процессами торможения), как правило, очень быстро усваивают новую информацию и на отдельных этапах обучения продвигаются гораздо быстрее, чем флегматики. В то же время количество ошибок, допускаемых холериком при изложении и выполнении упражнений, обычно превосходит количество аналогичных ошибок у флегматиков. Для усвоения материала холерику приходится многократно возвращаться к пройденному, повторять.

Флегматик (сильный малоподвижный уравновешенный тип нервной системы; процессы возбуждения и торможения выражены в равной мере) продвигается медленно, но уверенно, ему не требуется остановки и повторение. При условии относительного совпадения уровня интеллектуальных способностей время, необходимое студентам холерического и флегматического темперамента для усвоения нового учебного материала, в большинстве случаев оказывается одинаковым.

Следует обратить внимание на индивидуальный стиль поведения флегматиков и сангвиников во время учебных занятий. Студент сангвинического темперамента (сильный подвижный уравновешенный тип нервной системы; процессы возбуждения и торможения выражены относительно в равной степени) быстро реагируют на вопросы, сразу же поднимают руку; его редко приходится побуждать к этому, хотя необходимо проверять, насколько соответствуют внешние признаки реальным знаниям. Во время занятий сангвиник обычно получает максимальное, по сравнению с другими студентами, количество замечаний, при этом он, как правило, безболезненно реагирует на критику. Поэтому побудительные стимулы в отношении студента данного типа темперамента будут носить преимущественно воспитывающий характер.

Сангвиник соперничает окружающим и редко остается к чему-либо равнодушным, при этом у сангвиника одно чувство быстро сменяется другим. Быстрая эмоциональная реакция дает ему определенные преимущества, в частности, на устном экзамене.

Студент флегматического темперамента, даже в случае готовности к занятию, если и поднимает руку, то позже других, встает медленнее, отвечает на вопросы после некоторой паузы. Преподавателю в некоторых случаях не следует истолковывать эту паузу незнанием материала. При этом побудительные стимулы в отношении флегматика могут быть, тем не менее, направлены на ускорение действий студента, приближение их к среднеколлективному уровню. Студент данного типа темперамента в большинстве случаев выглядит сдержанным, скромным, ценящим свои знания.

Наиболее характерной чертой студента меланхолического темперамента (слабый тип нервной системы, процессы возбуждения и торможения слабы) является доминирование психических явлений эмоционального плана над всеми остальными, в первую очередь когнитивного. Во многих случаях меланхолик может превосходить своих товарищей по интеллектуальным качествам, однако его способности часто остаются невыявленными и невостребованными в силу природной неуверенности меланхолика. Повышенная чувствительность студента данного типа темперамента часто является причиной болезненной реакции на критику. К студентам подобного типа обычно требуется особый психологический подход, который на практике проявляется в умелом соотношении индивидуальных и коллективных методов обучения.

Исключительно важно учитывать особенности индивидуального стиля деятельности студентов разных темпераментных типов в отношении устной речи обучаемых. В беседе с меланхоликом и флегматиком преподаватель несколько ускоряет свою речь (относительно их манерам замедленного говорения), стараясь приблизить темп диалога в целом к среднему: речевое общение требует соблюдения определенных норм, в частности темпоральных.

Доказано, что в диалоге речь имеет тенденцию выравниваться по ее узкому звену (скорости, паузации), недостаткам речепроизводства (лексикона, грамматического строя). Важно и то, что фразы, незаконченные и не совсем самостоятельные в темпорально-интонационном плане, в диалоге встречаются чаще, чем в монологе. Если собеседники пользуются различными «рисунками» интонаций и оформляют фразы темпорально не одинаково, это может привести к досадным диссонансам в диалоге.

Овладение правилами ведения диалога (полилога) требует сознательного стремления участников общения к достижению уровня более развитого из собеседников (в учебной группе таковым является, предположительно, преподаватель), а не адаптация последнего к недостаткам «узкого звена». Упражнение в диалогической речи приобретают особое значение при подготовке студентов будущих специалистов, руководителей.

Индивидуально-речевой подход к студентам в процессе обучения столь же необходим, сколь и сложен для деятельности и педагогического общения на всех уровнях.

**В.К. Шкунова**

## **ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК СПОСОБ КАЧЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ**

Инновационное образование сегодня – это формирование коммуникативной культуры, обучение дискуссии, аргументированному выражению своей точки зрения, этически выдержанному и содержательному возражению оппоненту. Кризис отечественного образования во многом обусловлен недостатком коммуникативных компетенций участников учебного процесса, между тем, в Германии, Франции и США давно заметили, что анализ коммуникативного поведения в системе «преподаватель-учащийся» должен стать тем объективным критерием, который позволит оценить реальное положение дел.

Развивается отдельная область педагогического знания, описываемая как «instructional communication», в центре внимания которой находится диалог между преподавателем и учащимся. В ситуациях, когда коммуникация как взаимодействие, а не противодействие оказывается невозможной, о качественном усвоении знаний и приобретении компетенций не может быть и речи. Навык ведения диалога и слушания другого отсутствует у большинства учащихся учебных заведений. Они спрашивают, отвечают, но не разговаривают. Педагогическим стереотипом остается *воздействие*, что изначально определяет *объектную* позицию учащегося.

Переход от педагогики требований к педагогике отношений, взаимодействия задается методом – способом деятельности, формой, порядком деятельности, принципами, целями, правилами деятельности. Принятие субъектной позиции учащегося означает признание его

права на целеполагание, саморазвитие и ответственность за поведение, качество профессионального обучения.

Инновационная педагогическая практика, а также исследования в области теории образования приводят к новому образу человека и изменению взгляда на образование как на культурный процесс, суть которого проявляется в гуманистических способах взаимодействия его участников. Это образование обеспечивает *личностно-смысловое развитие человека, поддерживает индивидуальность и неповторимость каждой личности* и, опираясь на ее *способность к самоизменению и культурному саморазвитию*, помогает ей самостоятельно решать свои жизненные проблемы (К.А. Абдулханова-Славская, Н.В. Асташкина, С.Н. Батракова, Е.В. Бондаревская).

Мы опираемся на представления о *культуре*, позволяющие рассматривать *ее в единстве с человеком и его деятельностью* (К.Я. Вазина, И.А. Зимняя, В.П. Иванов, М.С. Каган). При таком подходе заостряется внимание на том факте, что человеческая деятельность не ограничивается только предметной ее областью. *Есть еще и другой аспект*, существенно отличный от предметного: *отношения*, сложный многогранный процесс, сущность которого рассматривается в многочисленных исследованиях различных авторов.

В данном исследовании мы ограничимся *пониманием отношений как специфической системы межсубъектного взаимодействия* (С.Л. Братченко, Б.Ф. Ломов). Таким образом, это позволяет трактовать *диалогичность* как особую, имманентную *культуре* закономерность. Культура – это всегда диалог, обмен сущностными силами между группами и отдельными людьми.

Изучение диалогичности культуры имеет как теоретическое, так и практическое значение для исследования формирования отношений в процессе обучения.

Именно диалогичность как механизм взаимодействия людей обеспечивает их нравственное и интеллектуальное совершенствование (И. Кант, Л. Фейербах, М. Бубер, М. Бахтин и др.).

Существует ряд профессиональных видов деятельности, в которых процесс взаимодействия играет ведущую роль. Прежде всего это педагогическая деятельность, где отношения являются основным средством, при помощи которого осуществляется реализация задач обучения, воспитания, развития. Неслучайно многие исследователи подчеркивают, что в педагогической деятельности используются средства и способы, характерные для отношений и что сама эта деятельность строится по законам взаимосвязей, взаимодействий. Постановка проблемы педагогического взаимодействия, теоретический анализ понятия «взаимодействие» определили ряд ключевых значений.

*Контакт* (от лат. – прикосновение) – процесс установления краткосрочной взаимосвязи между субъектами, которая является средством последующего взаимодействия при решении прагматических задач. *Функция* – установление точек соприкосновения.

*Коммуникация* (от лат. – связываю) – процесс обмена информацией между субъектами взаимодействия по сенсорным и рациональным каналам с применением вербальных и невербальных средств. *Функция* – передача информации.

*Общение* – процесс создания общего содержания путем соединения (присоединения, перенесения) информации, предполагающей зависимость субъектов от цели взаимодействия. *Функция* – формирование общего содержания.

*Отношение* – процесс проявления и формирования мировоззренческой позиции у участников взаимодействия при обсуждении определенного содержания, при этом каждый из участников является условием развития и сохранения уникальности партнеров по взаимодействию. *Функция* – формирование позиции участников взаимодействия.

Определенность в терминах и в их понимании снимает трудности в использовании научных рекомендаций и создает соответствие выбранных педагогом средств поставленным целям.



## **КРЕАТИВНЫЙ ПОДХОД В ПОДГОТОВКЕ АРХИТЕКТОРОВ**

Вхождение России в единое Европейское образовательное пространство задает ориентиры к модернизации системы отечественного образования и требует подготовки творчески мыслящих, профессионально развитых субъектов образовательного процесса.

Задачи совершенствования профессиональной подготовки педагогических кадров в системе образования сопряжены со сменой методологических приоритетов в образовании, которые обращены к личности, ее творческому потенциалу, ценностным ориентациям, раскрытию внутренних механизмов профессионального становления.

Признание человека субъектом общественной жизни, исторического процесса, собственного развития и жизни вообще, выдвижение в качестве целевого приоритета в образовании категории «развитие» требует обеспечить педагогические условия для реализации в системе подготовки педагогов механизмов становления профессионального сознания специалиста, центром которого выступает ценностное основание его личности, актуализирующееся в процессе поисковой практики и коммуникативной рефлексии в сотворческой креативной деятельности.

Креативный образовательный процесс предоставляет возможность каждому его участнику, на каждом образовательном уровне не только развить исходный творческий потенциал, но и сформировать потребность в дальнейшем самопознании, творческом саморазвитии, объективной самооценке. С точки зрения гуманистических позиций развития системы высшего образования как части социальной системы, главным является ориентация студентов вуза на творческое развитие личности в условиях профессиональной подготовки. Этот подход является приоритетным в данном исследовании.

Современное архитектурное образование опирается на интеграцию двух начал — практическую направленность обучения и подготовку специалиста, способного предвдывать ход развития и преобразования материально-пространственной среды в будущем.

Высшая архитектурная школа призвана сформировать архитектора как творческую личность, органически сочетающую в себе черты художника, ученого, инженера, организатора процессов труда, специалиста, понимающего перспективы развития общества, задачи оздоровления окружающей среды и способного решать проблемы, стоящие перед архитектурой и градостроительством.

В связи с расширением сферы проектирования, переходом от проектирования отдельного объекта к проектированию среды жизнедеятельности в основу архитектурного образования положена модель архитектора широкого профиля. Высшая школа должна подготовить специалистов с широким кругозором, ясно представляющих задачи и перспективы своей будущей деятельности обладающих высоким уровнем знаний и творческих умений, способных специализироваться в любой области архитектуры. Формируя молодого архитектора, высшая архитектурная школа призвана создавать благоприятную обстановку для проектной и исследовательской деятельности, стимулировать успешное протекание творческого процесса, рационально использовать в архитектурном проектировании новые методы обучения и творчества.

*И.А. Володина, Н.Е. Кулагина, Е.П. Кулагин*

## **УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС И ФУНКЦИИ ТАНЦЕВАЛЬНОГО СПОРТА**

Учебно-воспитательный процесс в танцевальном спорте реализуется в форме лекций, семинарских, практических, обзорно-методических занятий, индивидуальных, самостоятельных занятий танцоров [1].

На лекциях излагаются сведения о сущности танцевального спорта, технологии тренировок танцоров, теория и методика обучения спортивным танцам, рассказывается о системе танцевальной подготовки, тренировке и соревнованиях и т.д.

На семинарских занятиях углубляются и проверяются знания танцоров по основным вопросам танцевального спорта.

На практических занятиях студенты осваивают навыки тренировочной и соревновательной деятельности.

Тренировочные занятия посвящаются повышению уровня развития танцевальных качеств, овладению техникой и тактикой танцев, совершенствованию технического мастерства.

Танцор познает роль обучаемого, получает сведения о танцевальных движениях; знакомится с технологией обучения, которую использует обучающий тренер; овладевает элементами педагогической техники – профессиональными умениями и навыками обучающего тренера-педагога, осваивает методы педагогического контроля, навыки самостоятельной работы [2].

Часть лекционного материала используется для обзорно-методических занятий, направленных на создание у танцоров завершенной системы знаний, умений и навыков, касающихся наиболее важных аспектов танцевального спорта, специфики занятий с танцорами различного возраста, пола и подготовленности, особенностей преподавания танцев.

Практических занятий у танцоров формируют умения и навыки самостоятельного выполнения элементов танцевальной техники. Сюда входит весь арсенал умений и навыков, которые совершенствуются затем в процессе тренировок в танцевальном клубе. Индивидуальные занятия с тренером проводятся по мере необходимости. Общественная роль танцевального спорта обуславливает различные его функции [3].

Соревновательная функция влечет за собой регистрацию спортивных результатов, выявление победителей среди танцоров и танцевальных коллективов, ранжирование мест танцоров, танцевальных коллективов, позволяет определить уровень танцевальной подготовленности, предлагает разработку системы подготовки танцоров к соревновательной деятельности.

Зрелищная функция удовлетворяет стремление огромного количества людей посмотреть танцевальные соревнования, показательные выступления ведущих танцоров.

В задачи этой функции входит также вовлечение людей в танцевальные клубы, привитие интереса к танцевальному спорту.

Воспитательная функция обеспечивает, с одной стороны, повышение эффективности тренировочной и соревновательной деятельности танцоров, с другой, – способствует всестороннему воспитанию социально активной личности танцоров.

Однако спортивная танцевальная деятельность сама по себе желаемого воспитательного эффекта не обеспечивает. Воздействие танцевального спорта может давать как положительный, так и отрицательный эффект. Направленность воспитательного воздействия танцевального спорта зависит прежде всего от социально-экономического развития общества, его социальной структуры. В нашей стране работа с танцорами строится на основных положениях концепции гармоничного развития личности.

Функция повышения физической активности в танцевальном спорте призвана содействовать всестороннему развитию танцора, совершенствовать его физические и психические способности, расширять арсенал танцевальных двигательных умений, повышать их надежность в сложных условиях соревнований.

Также эта функция способствует подготовке танцоров к разным видам деятельности. Повышение физической активности – это укрепление здоровья танцоров, обеспечение активного отдыха, формирование здорового стиля жизни, эстетических взглядов, вкусов.

Познавательная функция предполагает использование танцевальной спортивной деятельности в качестве модели для изучения максимальных возможностей танцоров при физических и психических напряжениях в экстремальных условиях соревнований, открывает широкие возможности для развития познавательных способностей танцора.

Функция укрепления мира улучшает взаимопонимания между танцевальными странами и народами, устанавливает хорошие, добрые, дружественные отношения между танцорами разных стран.

Экономическая функция заключается в обеспечении финансовыми средствами развития танцевального спорта внутри страны и установлении внешнеэкономических связей. В нашей

стране источниками средств служат доходы от танцевальных спортивных соревнований, рекламных услуг, привлечения крупных зарубежных фирм в качестве спонсоров.

Функция поднятия престижа заключается в том, что успехи в развитии танцевального спорта используются для повышения престижа страны, региона, города, танцевального клуба.

Все функции танцевального спорта указывают на его направленность на благо танцора, человека и всего общества. Об этом надо помнить всегда, в противном случае возможны негативные явления, чуждые истинному предназначению танцевального спорта.

### ***Библиографический список***

1. Железняк, Ю.Д. Педагогическое физкультурно-спортивное совершенствование / Ю.Д. Железняк [и др.]. – М.: АСАДЕМА, 2009. – 384 с.
2. Гогун, Е.Н. Психология физического воспитания и спорта: учеб. пособие / Е.Н. Гогун, Б.И. Мартынов. – М.: Знание. – 2000. – 213 с.
3. Педагогическое физкультурно-спортивное совершенствование / под ред. Ю.Д. Железняка. – М.: АСАДЕМА, 2002. – 378 с.

***И.А. Володина, Н.Е. Кулагина, Е.П. Кулагин***

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ТАНЦЕВАЛЬНОМ СПОРТЕ**

Организация учебно-воспитательного процесса в танцевальном спорте состоит в следующем: в процессе теоретических занятий излагаются теоретико-методические положения обучения танцевальным действиям и развития физических качеств, определяются пути практической реализации полученных знаний в танцевальном спорте.

В процессе практических занятий формируются танцевальные двигательные умения и навыки, происходит развитие физических качеств и освоение специальных знаний, способствующих более быстрому и качественному становлению навыков, включению их в двигательную деятельность танцоров [1].

Рассмотрим системное построение процесса обучения, где в центре находится система «танцевальное движение – тренер – танцор», развитие обучения двигательному действию и все, что необходимо для успешного осуществления обучения [2].

Структура обучения танцевальным движениям состоит из следующих этапов.

На первом этапе – создание предпосылок, ознакомление с танцевальными движениями – выполняется задача создания фундаментальной базы (образа танца), представления о танцевальном движении.

Используются общеразвивающие и подготовительные упражнения и методы развития основных и специальных физических качеств, наглядного восприятия, словесные и аудиовизуальные методы.

На втором этапе – разучивания танцевального движения, воспроизведения его по заданному образу – выполняется задача уточнения образа, формирование двигательного умения на базе ориентировочной основы действия и опорных точек. Используются подводящие упражнения, упражнения по технике, аудиовизуальные средства, методы расчлененного обучения, метод целостного обучения, методы развития физических качеств.

На третьем этапе – совершенствования танцевального движения – выполняется задача детализации образа, формирование двигательного навыка, обучение сложной двигательной деятельности. Используются технико-тактические усложненные упражнения, аудиовизуальные средства, методы целостного выполнения технико-тактического действия в вариантных условиях, система заданий.

На последнем этапе – интеграции двигательных навыков и качеств в условиях соревнований – выполняется задача создания комплексного образа танцевальных движений,

формирование танцевального умения, системы танцевальных навыков в соревнованиях. Используются упражнения по взаимосвязи техники, тактики, развития качеств, а также метод совмещенных воздействий, соревновательный метод, контрольные и календарные соревнования.

Результатом обучения является формирование системы знаний, двигательных танцевальных навыков, высокого уровня специальной подготовленности, профессионального умения.

В качестве составляющих системы обучения танцевальному движению можно выделить:

- 1) двигательное действие;
- 2) тренер – педагог (обучающий) и преподавание;
- 3) танцор (обучаемый) и учение;
- 4) двигательный навык, суперумение как результат обучения.

В качестве компонентов развития обучения двигательному танцевальному действию, разветвляющихся во времени, можно выделить такие:

- 1) фиксацию в сознании обучающего тренера позиций «чему учить» и «как учить»;
- 2) фиксацию в сознании обучаемого танцора позиций «чему учиться» и «как учиться»;
- 3) совместную деятельность обучающего тренера и обучаемого танцора по освоению танцевального двигательного действия;
- 4) фиксацию результата: уровня освоенности двигательного действия, комплекса специальных знаний.

В этой системе обучаемый танцор является не только объектом, но и субъектом обучения: от его активного участия, своеобразного проявления профессионализма в учении зависит эффективность обучения. Особенно это относится к танцорам высокой квалификации и профессионалам.

Изложенное имеет большое значение в формировании специальных знаний и профессиональных умений. Однако наиболее полным такой процесс может быть при направленном обучении профессиональной деятельности танцоров в той мере, в какой это возможно в условиях танцевального клуба.

Правоммерно считать, что танцор не только объект и субъект обучения двигательному танцевальному действию, но одновременно объект и субъект обучения профессиональной в танцевальном спорте деятельности, что диктует необходимость выявления специфики построения всего танцевального процесса обучения и необходимости объединения усилий тренера-педагога и хореографа [3].

Обучение в танцевальном спорте имеет ряд особенностей. Во-первых, танцевальные учебные группы здесь формируются с учетом возраста и подготовленности танцоров. Это дает возможность избежать лишних затрат времени на начальное освоение основ танцевального спорта и создать повышенный интерес к этим занятиям.

Во-вторых, обучение танцоров продолжается на всем протяжении пребывания в танцевальном клубе. Это создаст благоприятные условия для получения танцорами в процессе профессиональной подготовки полезной информации из любых источников (тренировки, лекции и семинары ведущих тренеров и лучших танцоров мира, видеофильмы, видеоролики с чемпионатов мира и Европы).

В-третьих, танцор имеет возможность постоянно повышать уровень танцевального мастерства.

В-четвертых, с танцевальным коллективом с первого и до последнего дня работает, как правило, один и тот же тренер-педагог.

Все эти особенности являются важными организующими факторами и важным условием эффективности всей системы танцевального образования.

### *Библиографический список*

1. Железняк, Ю.Д. Педагогическое физкультурно-спортивное совершенствование / Ю.Д. Железняк [и др.]. – М.: АСАДЕМА. – 2009. – 384с.
2. Майнберг, Э. Основные проблемы педагогики спорта / Э. Майнберг. – М.: АСПЕКТ ПРЕСС, 1995. – 317 с.

3. Педагогическое физкультурно-спортивное совершенствование / под ред. Ю.Д. Железняка. – М.: АCADEMA. – 2002. – 378 с.

*Л.А. Протасова*

## **ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СОВМЕСТИМОСТИ В ВУЗЕ**

В настоящее время перед высшей школой стоит задача – воспитывать человека не только творческого, всесторонне развитого, но и гибко ориентирующегося в постоянно меняющейся действительности, готового взаимодействовать на всех уровнях, осваивать новые области и виды деятельности. В связи с этим, особое место занимает проблема изучения психологической совместимости личности в условиях вузовской подготовки.

Перед отечественным образованием поставлены сложные и ответственные задачи по дальнейшему совершенствованию качества учебно-воспитательного процесса. Выполнение этих задач является приоритетным направлением не только для высшей школы, но и для европейского образовательного пространства.

Как отмечается в докладе международной комиссии по образованию, представленном для ЮНЕСКО, «Образование: сокрытое сокровище», «образование представляет собой благо коллективного характера..» [3].

Разрешить эти задачи невозможно без участников образовательного процесса: руководителей, педагогов и студентов, формирующих педагогический процесс и играющих главную роль в его совершенствовании с учетом растущих требований общества. Эффективность работы вуза во многом зависит от интеграции этих усилий.

В учебно-воспитательном процессе взаимодействуют педагог и студент, и прочность такого взаимодействия зависит от педагога как «организатора социальной воспитательной среды, регулятора и контролера ее взаимодействия с каждым учеником» (Л.С. Выготский). Одной из составляющих такого взаимодействия является социально-психологическая совместимость.

В последние годы проблема психологической совместимости все чаще привлекает к себе внимание зарубежных и отечественных психологов. В основном их исследования проводятся в семейной и организационной психологии и посвящены изучению различных аспектов супружеской совместимости и социально-психологической совместимости сотрудников в организации.

**Что же касается проблемы социально-психологической совместимости в учебном процессе вуза, то она изучена недостаточно. Можно отметить небольшую группу работ, которые, так или иначе, касаются социально-психологической совместимости в образовательном процессе (И.Б. Антонова, А.А. Бодалев, С.В. Кондратьева, Р.Л. Кричевский, А.В. Петровский, М.Г. Рогов, И.А. Раппопорт, Т.С. Токарская, Р.Х. Шакуров, М.Г. Ярошевский и др.)**

Вместе с тем, в психологии выработаны определенные представления об оптимальной социально-психологической совместимости в сфере образования. Так, в исследовании М.Г. Рогова и Р.Х. Шакурова под социально-психологической совместимостью понимается «совокупность качеств людей, проявляющаяся в их способности удовлетворить друг друга в процессе совместной деятельности, установить хорошие межличностные отношения, а в конечном счете – сплотиться». Что касается психологических факторов, то, как указывают исследователи, влияние психологических характеристик личностей на их совместимость следует рассматривать в неразрывной связи с особенностями выполняемой деятельности [5, 6].

Социально-психологическая совместимость определяется особенностями сочетания у субъектов деятельности определенных качеств, значимых для совместной деятельности и общения. В зависимости от содержания этих качеств можно выделить два основных вида совместимости: деловую и нравственно-коммуникативную. Факторами деловой совместимости выступают профессионально-деловые и организаторские качества, а нравственно-коммуникативной – качества, выражающие отношение к другим людям, то есть качества,

которые важны для межличностного общения (доброжелательность, внимательность, тактичность, справедливость и др.).

Особенно сильное влияние на совместимость оказывают качества, важные для осуществления наиболее сложных функций, общих для данных субъектов. Именно высокая степень общности деятельности делает важными те или иные качества партнера; наличие или отсутствие последних отражается на успешности общего труда, следовательно, на удовлетворении потребностей ее участников [5].

**Зарубежные и отечественные психологи не дают однозначного толкования термина «социально-психологическая совместимость» в связи многогранностью его использования. Тем не менее, можно предположить, что различные сочетания ее параметров, степень доминирования каждого из них характеризуют качественное своеобразие социально-психологической совместимости в зависимости от специфики деятельности и условий протекания взаимодействия.**

Социально-психологическая совместимость является следствием оптимального сочетания типов поведения людей, а также общности их социальных установок, потребностей и интересов, ценностных ориентаций.

Не каждый вид деятельности требует психофизиологической совместимости членов группы. Учет требований психологической совместимости способствует повышению продуктивности и удовлетворенности субъекта в первичных коллективах.

При решении различных задач деятельности люди ведут себя по-разному. Наблюдения показали, что можно выделить четыре типа людей в зависимости от их коммуникативного поведения:

- 1) люди, стремящиеся к лидерству, которые могут решать задачу, лишь подчиняя себе других членов группы;
- 2) индивидуалисты, пытающиеся решить задачу в одиночку;
- 3) приспособляющиеся к группе, легко подчиняющиеся приказам других ее членов;
- 4) коллективисты, которые стараются решить задачу совместными усилиями; они не только принимают предложения других членов группы, но и сами выступают с инициативой.

Высокий уровень психологической совместимости является также одним из факторов, оказывающих благоприятное влияние на социально-психологический климат коллектива.

Для интегральной характеристики коллектива в последнее время все чаще используется понятие "социально-психологический климат".

Понятия "социально-психологический климат", "морально-психологический климат", "психологический климат", "эмоциональный климат", "моральный климат" и т. п. широко используются в научной литературе. В большинстве работ эти понятия употребляются примерно в идентичном смысле, что, однако, не исключает значительной вариативности в конкретных определениях. В последнее время акцентируется внимание на связях "климата" с окружающей социально-предметной средой [1].

Самым общим образом социально-психологический климат коллектива можно охарактеризовать как психологическое состояние, интегрированным образом отражающее особенности его жизнедеятельности. Это состояние включает в себя когнитивный и эмоциональный компоненты, оно также характеризуется различной степенью осознанности.

Как отмечает О.И. Жданов, психологическая совместимость является важным фактором, влияющим на социально-психологический климат. Под психологической совместимостью понимают способность к совместной деятельности, в основе которой лежит оптимальное сочетание в коллективе личностных качеств участников. Психологическая совместимость может быть обусловлена сходством характеристик участников совместной деятельности. Сходство способствует появлению чувства безопасности и уверенности в себе, повышает самооценку. В основе психологической совместимости может лежать и различие характеристик по принципу взаимодополняемости. Условием и результатом совместимости является межличностная симпатия, привязанность участников взаимодействия друг к другу. Вынужденное общение с неприятным субъектом может стать источником отрицательных эмоций.

На степень психологической совместимости влияет то, насколько однородным является состав группы по различным социальным и психологическим параметрам [4].

Выделяют три уровня совместимости – психофизиологический, психологический и социально-психологический:

- психофизиологический уровень совместимости имеет в своей основе оптимальное сочетание свойств темперамента. Этот уровень совместимости приобретает особое значение при организации совместной деятельности;

- психологический уровень предполагает совместимость характеров, мотивов, типов поведения;

- социально-психологический уровень совместимости основан на согласованности социальных ролей, социальных установок, ценностных ориентаций, интересов. Психологической совместимости способствуют критичность к себе, терпимость и доверие по отношению к партнеру по взаимодействию.

Сработанность – это результат совместимости сотрудников. Она обеспечивает максимально возможную успешность совместной деятельности при минимальных затратах.

**В данном исследовании социально-психологическую совместимость в вузе мы рассматриваем как сложный, многоуровневый феномен, в котором заложена совокупность эмоциональных, когнитивных и поведенческих переменных, проявление которых опосредовано опытом социального взаимодействия студента с окружающими людьми.**

Социально-психологическая совместимость в межличностных отношениях педагога и студента выступает условием развивающего взаимодействия, под которым понимают не простое «содействие развитию другого», а условия для собственного личного развития. Это означает, что посредством социально-психологической совместимости возможно взаимопроникновение мира педагога и студента.

Социально-психологическая совместимость ориентирована на создание благоприятных условий для развития личности студента, определяя тем самым перспективу обогащения и использования чувственно-нравственного потенциала личности, поэтому особую значимость приобретает характер общения студента с педагогами, так как педагог вносит в сознание студента моральную норму как императив поведения.

Таким образом, психологическая совместимость в вузе является важным фактором успешного общения субъектов взаимодействия и сотрудничества. Под психологической совместимостью участников образовательного процесса понимают эффект взаимодействия, состоящий в отсутствии психологического напряжения или в том, что оно легко стирается при общении индивидов. Такое сочетание людей, которое позволит осуществить их максимально возможную взаимозаменяемость и взаимодополняемость, и есть психологическая совместимость.

### ***Библиографический список***

1. Ангоров, Е.Н. Психология малых групп / Е.Н. Ангоров. – М.: «Глобус», 1998. – 254 с.
2. Волков, А.К. Психологическая совместимость / А.К. Волков. – СПб., 2000. – 525 с.
3. Давыдов, Ю.С. Мир образования – образование в мире // Научно-методический журнал. 2004. №4. С. 79–94.
4. Жданов, О.И. Социально-психологический климат в коллективе / О.И. Жданов. – СПб.: Некоммерческое партнерство Центр дистанционного образования «Элитариум». 2007.
5. Шакуров, Р.Х. Как вам работаете? Социально-психологическая совместимость директора училища и его заместителей / Р.Х. Шакуров, М.Г. Рогов // Профессионально-техническое образование. 1980. № 7. С. 54-55.
6. Шакуров, Р.Х. Социально-психологические особенности сплочения коллектива среднего ПТУ / Р.Х. Шакуров, М.Г. Рогов, Б.С. Алишев. – Казань, 1991. – 140 с.

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ УЧАЩИХСЯ В УСЛОВИЯХ ПРОФИЛЬНОГО КЛАССА**

В соответствии с Концепцией модернизации российского образования на старшей ступени общеобразовательной школы предусматривается профильное обучение, задача которого – создание в старших классах системы специализированной подготовки, ориентированной на индивидуализацию обучения и социализацию обучающихся с учетом реальных потребностей рынка труда.

Одной из наиболее важных задач современного образования является профильная подготовка обучающихся, связанная с переходом к профессиональному образованию и последующим вступлением в самостоятельную профессиональную деятельность. Профессиональное самоопределение имеет многоступенчатый и динамический характер, поэтому начинать профориентационную работу необходимо по возможности раньше, иначе все усилия психологов и педагогов будут малоэффективны.

Формирование готовности к самоопределению возможно при условии сотрудничества со взрослым, от которого ученик ждет не готовых решений и советов, а честного разговора о волнующих подростка проблемах и достоверной информации, на основе которой он сам примет решение.

Задача школы – воспитание человека, умеющего ставить перед собой достижимые цели, выбирать оптимальный путь их достижения, анализировать результаты деятельности, извлекать уроки из неудач и брать на себя ответственность за свои поступки. Школа может направить свои усилия на отбор, селекцию перспективных детей, зарабатывая «очки» на медалистах и стремясь к 100%-ному поступлению выпускников в вузы. Или – на развитие способностей, трудовой мотивации и формирование жизненных ценностей своих учеников. Первый вариант – это накатанная дорога, по которой отечественная школа ведет несколько поколений учеников. Чем-то этот подход сродни спартанскому отношению. Второй путь требует осознанной и слаженной работы всех участников образовательного процесса, хороших программ и учебников, компетентных специалистов в области профильного обучения и предпрофильной подготовки.

В профильных классах создаются наиболее благоприятные условия для проявления инициативы и удовлетворения творческих и профессиональных интересов, а также повышения уровня знаний и умений учащихся с учетом их индивидуальных интересов, способностей и наклонностей: школьники, как правило, успешно участвуют в работе НОУ, олимпиадах по предмету. Преподаватели вуза при этом работают как консультанты, руководители экспериментальной деятельности, эксперты научных работ учащихся. Обучение в профильном классе углубляет профессиональную ориентацию школьников, позволяет им сделать более осознанный выбор будущей профессии, упрочить установку на поступление именно в данный вуз.

Так, в Концепции профильного обучения на старшей ступени общего образования, утвержденной МО РФ в 2002 г., отмечается, что реализация идеи профилизации обучения ставит выпускника основной школы перед необходимостью совершения ответственного выбора – предварительного самоопределения в отношении профилирующего направления собственной деятельности.

Когда речь идет о модернизации образования, необходимо помнить об основных целях профильного обучения, одной из которых является расширение возможности социализации обучающихся, в частности, более эффективная подготовка выпускников к профессиональному самоопределению. Новизна подходов к решению профориентационных задач заключается в смещении акцента с диагностики профессиональных способностей и склонностей на развитие универсальных качеств, которые являются фундаментом любой деятельности. Поэтому главной целью профильного образования является формирование компетентной личности, способной к личностному и профессиональному самоопределению и взаимодействию в социуме.



В современных условиях в систему психолого-педагогического сопровождения необходимо включение мощного диагностического блока, предоставляющего учащимся возможность не только выяснить свое отношение к тому или иному предмету и виду профессиональной деятельности, но и познать свои способности и профессиональные качества, степень и потенциал их развития.

Таким образом, психолого-педагогическое сопровождение, по сути, должно быть системным и личностно-ориентированным. На этапе подготовки обучаемого к осознанному выбору необходимо осуществление мониторинга и сопровождение процесса освоения учениками различных курсов, ученик получает информацию, собранную на основе диагностики и самодиагностики, касающуюся его интересов способностей и склонностей, направленных на профессиональное самоопределение. Параллельно с этим необходимо диагностирование педагогов и родителей с тем, чтобы выявить общественные запросы, проследить эффективность внедряемых программ и правильность выбранного профиля.

Работа по подготовке к выбору обучающихся того или иного профиля должна стать органичной частью всего учебно-воспитательного процесса. Именно на основе мониторинга развития качеств личности должна осуществляться дифференциация образовательного процесса. При этом одной из главных проблем современного образования остается недостаточная социальная ориентированность выпускников школ. Психолого-педагогическое сопровождение в профильной школе должно осуществляться на новом качественном уровне:

- определение образовательно-профессионального пути обучаемого и выявление жизненных социальных ценностей, связанных с профессиональным самоопределением старшеклассников;
- отслеживание уровня адаптации обучающегося в новом (профильном) классном коллективе;
- сохранение физического, морального, психологического здоровья учащихся, определение степени удовлетворенности обучающегося выбранным профилем обучения.

Изменение в деятельности, обучении, общении занимает важнейшее место в жизни школьника, поэтому необходимо тщательно отслеживать и оценивать возможности корректировки возникающих проблем в системе предпрофильного и профильного обучения. Комплексная реализация всех выделенных направлений, на взгляд авторов, позволит обеспечить необходимый уровень в профильном обучении.

Анализ успеваемости студентов-первокурсников показывает, что выпускники профильных классов стабильно, из года в год, демонстрируют более высокую успеваемость. Интересно, что различия максимальны в первый год обучения, что может быть связано с лучшими «стартовыми условиями», наличием большего количества остаточных знаний, привычкой к вузовской лекционной форме занятий. Это преимущество теряется при дальнейшем обучении, однако наличие общеучебных умений, познавательная активность, приобретенные в профильном классе, а также осознанный выбор профессии позволяют этим студентам успешно продолжать обучение в вузе.

Высокую учебную мотивацию выпускников профильных классов доказывает и тот факт, что они почти не отчисляются из вуза по неуспеваемости или личным причинам, в отличие от студентов, не прошедших довузовскую подготовку – к пятому курсу их количество уменьшается наполовину.

Таким образом, профильное обучение, обеспечивающее непрерывность образования при переходе молодого человека от школы к вузу, доказывает свою эффективность, предоставляя высшей школе более грамотных и мотивированных студентов. Возможно, стоило бы вернуться при приеме в вуз к предпочтениям для выпускников профильных классов, хотя бы в форме преимущественного зачисления при равных баллах ЕГЭ.

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ**

Формирование компетентности студентов строительного вуза на основе внедрения новых активных, форм и методов обучения - важная задача, стоящая перед образованием [1]. Активные формы обучения значительно повышают эффективность учебного процесса, который ориентируется на коллективное, публичное обсуждение проблем, интенсивное взаимодействие студентов и преподавателей, живой обмен мнениями между ними. Кроме того, учебный процесс нацелен на выработку правильного понимания содержания изучаемой тематики, ее связи с практикой, что приводит к возникновению и упрочению партнерских взаимоотношений по следующим позициям: преподаватель - студент, студент - студент, преподаватель - преподаватель.

Одним из эффективных методов подготовки квалифицированных кадров, получившим широкое распространение среди других форм обучения, являются деловые игры. Деловые игры позволяют имитировать совокупность управляемых и неуправляемых процессов, обеспечивая в ускоренном масштабе взаимосвязанную последовательность ситуаций, близких к реальным, происходящих в повседневной жизни. Студентам предлагается на основе конкретной, постоянно изменяющейся ситуации вырабатывать решения, которые учитываются при моделировании этапов развития. Это создает условия для оценки эффективности тактики управления, выбранной студентом, способствует ее совершенствованию и закреплению практических навыков.

Игровой метод обучения является уникальным механизмом аккумуляции и передачи социального опыта как практического - по овладению средствами решения задач, так и этического, связанного с определенными правилами и нормами поведения в различных ситуациях. Появление этого метода обучения связано с требованиями повышения эффективности обучения за счет более активного включения студентов в процесс не только получения, но и непосредственного по методу «здесь и теперь» использования знаний. В ходе игры происходит ускоренное освоение предметной деятельности за счет передачи студентам активной позиции - от роли игрока до соавтора игры.

Образовательная функция деловой игры очень значима, поскольку, по мнению А.А.Вербицкого (1991), «деловая игра позволяет задать в обучении предметный и социальный контексты будущей профессиональной деятельности и тем самым смоделировать более адекватное по сравнению с традиционным обучением условия формирования личности специалиста»[ 2].

Включение игры в учебный процесс заметно повышает интерес к учебному предмету, создает ситуации, наполненные эмоциональными переживаниями, стимулирует деятельность учащихся. В игре осуществляется личностное становление учащихся. Деловая игра представляет собой форму воссоздания предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности специалиста, моделирования таких систем отношений, которые характерны для этой деятельности как целого.

С помощью знаковых средств (язык, речь, графики, таблицы, документы) в деловой игре воспроизводится профессиональная обстановка, сходная по основным сущностным характеристикам с реальной. Вместе с тем в деловой игре воспроизводятся лишь типичные, обобщенные ситуации в сжатом масштабе времени. В целом, деловыми играми принято называть воспроизведение деятельности специалистов в условной обстановке. Они предоставляют собой процесс принятия и исполнения ролей в моделируемой обстановке, процесс воспроизведения отношений и имитацию роли в соответствии с поставленной целью.

В деловой игре обучающийся выполняет квазипрофессиональную деятельность, сочетающую в себе учебный и профессиональный элементы. Знания и умения усваиваются им не абстрактно, а в компетенции профессии, налагаясь на канву профессионального труда. Знания усваиваются не впрок, для будущего, а обеспечивают игровые действия учащегося в

реальном процессе деловой игры. Одновременно обучаемый наряду с профессиональными знаниями приобретает специальную компетенцию - навыки специального взаимодействия и управления людьми, коллегиальность, умение руководить и подчиняться, следовательно, дидактическая игра воспитывает личностные качества, ускоряет процесс социализации.

Обучение в деловых играх направлено на формирование коммуникативных умений: налаживать и поддерживать общение, направлять обсуждение вопросов по заданному руслу, вырабатывать правильный стиль отношений. В играх формируются умения, связанные с организацией работы: правильно распределять работу, выделять наиболее важные вопросы для обсуждения, четко организовывать работу в соответствии с намеченным планом, готовить проекты документов. Деловые игры развивают культуру принятия решений, воспитывают ограничения в эмоциональных проявлениях, сдержанность в словах и поступках.

Процесс обучения через деловые игры включает в себя получение информации из лекций и литературы и активное использование знаний в ходе игры. Возможности деловой игры могут быть реализованы только при использовании ее в комплексе с другими формами и методами обучения.

Для психологического исследования крайне важен факт того, что в деловых или имитационных играх воспроизводится некая ситуация и деятельность человека в ней. Деловые игры задействуют личность участников. Наличие личностной вовлеченности участников в разыгрываемые ситуации является важным фактом. Практически в каждой работе, посвященной методу деловой или имитационной игры, отмечается присущая им эмоциональная насыщенность и напряженность, указывается на повышение мотивации обучения, возбуждение интереса к изучаемому предмету. Личная заинтересованность дает еще один дополнительный импульс процессу обучения.

В ходе проведения деловых игр и коллективного обсуждения их результатов у студентов формируется важные социальные установки, приобретаются практические навыки и умение находить решения конкретных задач.

Будучи чрезвычайно динамичным процессом, имитационная игра развивает навыки принятия решений, анализа ситуаций и обратных связей, планирование действий на длительную перспективу, обладая наглядностью, относительно простые имитационные модели, воспроизводящие различного рода ситуации из практики, открывают новые возможности для обучения анализу и решению учебно-производственных проблем.

В основе деловой игры лежит имитационная модель, однако реализуется данная модель благодаря действиям участников игры. Они берут на себя роли и разыгрывают заданную ситуацию в зависимости от содержания игры.

Эффективность деловых игр обеспечивается рядом факторов:

- составляют систему формирования специалиста на протяжении всего периода обучения, развиваясь от простых к сложным на различных этапах обучения;
- способствуют интеграции различных дисциплин, приобретая комплексный характер;
- содержание деловых игр, моделирование деятельности руководителей и специалистов строится на практическом материале конкретных предприятий, на связи теоретического обучения с производством.

Отличаясь друг от друга обучающими целями, деловые игры решают единые задачи:

- развития навыков поиска, сбора, обработки и анализа экономической, правовой, коммерческой и другой информации;
- применения полученных знаний и умений в решении практических ситуаций предпринимательской, организаторской и правовой деятельности;
- формирования умений работы в коллективе и с коллективом;
- воспитания творческой личности будущего специалиста, сочетающего профессионализм, организаторские способности, самостоятельность.

Таким образом, активные методы обучения, а именно деловые игры способствуют эффективному повышению качества подготовки специалиста. Сам игровой процесс в деловых играх вызывает заинтересованность в изучении предмета, подталкивает учащихся к деловой

активности. Деловые игры обучают коллективной проработке проблем, создают атмосферу коллективной работы, предназначены для выработки и принятия управленческих решений.

### *Библиографический список*

1. Болотов, В.А. Компетентносная модель: от идеи к образовательной парадигме / В.А. Болотов, В.В. Сериков // Педагогика. – 2003. – № 10. – С.9-14.
2. Вербицкий, А.А. Контексты содержания образования / А.А. Вербицкий, Т.Д. Дубовицкая. – М.: РИЦ МГОПУ им. М.А. Шолохова, 2003. – 80 с.

*К.А. Кочнова*

## **КРИТЕРИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД К КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ СТУДЕНТА**

В разработке инновационных педагогических технологий в области контроля, оценки и коррекции знаний студентов важное место сегодня принадлежит критериально-ориентированному подходу.

Критериально - ориентированный подход (по-английски criterion-referenced) позволяет оценивать, в какой степени испытуемые овладели необходимым учебным материалом. В данном случае оценка конкретного студента не зависит от того, какие результаты получили другие студенты. Результат будет показывать соответствует ли уровень достижений данного студента социально-культурным нормам, требованиям стандарта или другим критериям.

При данном подходе результаты могут интерпретироваться двумя способами: в первом случае делается вывод о том, освоен или не освоен проверяемый материал (достиг стандарта или нет), во втором - дается уровень или процент освоения проверяемого материала (на каком уровне освоен стандарт или какой процент из всех требований стандарта усвоен).

Обработанные индивидуальные баллы по результатам критериально-ориентированного тестирования не относятся к какой-либо нормативной группе или выборке испытуемых. Индивидуальный балл испытуемого интерпретируется по отношению к доле учебного материала успешно им освоенного. Чаще всего балл студента отражает процент правильно выполненных заданий и выражается в шкале процентов.

В критериально-ориентированных тестах статистические характеристики (уровень трудности и различающая способность) заданий не является основной причиной для их включения в состав теста, или наоборот исключения из него.

Главное условие отбора заданий в критериально-ориентированный тест – это их соответствие (их конгруэнтность) спецификации и элементу содержания. Статистические характеристики тестовых заданий используются для составления параллельных форм критериально-ориентированных тестов и для выбора оптимального стандарта оценивания. Критериально-ориентированное тестирование позволяет обнаружить при анализе результатов конкретные недочеты умственного развития как отдельных индивидов, так и целых групп, и наметить меры для их ликвидации.

Популярность критериально-ориентированного подхода к тестированию объясняется и такими главными достоинствами тестов в целом как:

- стандартизация условий и результатов;
- оперативность и экономичность (типичный тест состоит из серии кратких заданий, на выполнение каждого из которых требуется, как правило, не более полуминуты, а весь тест занимает не более часа; тестированию одновременно подвергается сразу группа испытуемых, таким образом, происходит значительная экономия времени (человеко-часов) на сбор данных);
- количественный дифференцированный характер оценки (дробность шкалы и стандартизованность теста позволяют рассматривать его как “измерительный инструмент”, дающий количественную оценку измеряемым свойствам (знаниям, умениям в данной области). Хороший тест позволяет различать не только отличников, “середнячков” и “хвостистов”, но и

хорошо дифференцировать испытуемых на полюсах шкалы - отличать просто способных от очень способных и талантливых, а среди отстающих отличать небезнадежных от “безнадежных” (или совершенно неподготовленных);

- оптимальная трудность (профессионально сделанный тест состоит из заданий оптимальной трудности. При этом средний испытуемый набирает примерно 50 % из максимально возможного количества баллов. Это достигается за счет предварительных испытаний - психометрического эксперимента, или пилотажа. Если в ходе пилотажа становится известно, что с заданием справляется примерно половина из обследуемого контингента, то такое задание признается удачным и его оставляют в тесте);

- надежность (одно из самых важных достоинств тестов. «Лотерейность» для экзаменуемого оборачивается низкой надежностью для экзаменатора - ответ на один фрагмент учебной программы, как правило, не показателен для уровня усвоения всего материала. В отличие от этого грамотно построенный тест охватывает основные разделы учебной программы (тестируемой области знаний или проявлений какого-то умения или способности). В результате возможность для “хвостиков” выбиться в отличники, а для отличника вдруг “провалиться” резко сокращается);

- справедливость (это защищенность от предвзятости экзаменатора. Хороший тест ставит всех испытуемых в равные условия. Наиболее сильно субъективизм экзаменаторов проявляется, как известно, не в трактовке уровня решенности задачи (не так просто можно назвать черное белым, решенную задачу - нерешенной), а в самом подборе заданий);

- возможность компьютеризации (это инструмент обеспечения информационной безопасности (достоверности диагностики). Компьютерная организация тестирования, предполагающая создание мощных информационных “банков тестовых заданий”, позволяет технически предотвратить злоупотребления со стороны экзаменаторов. Выбор заданий, предлагаемых конкурентному испытуемому, может производиться из такого банка сама компьютерная программа прямо в ходе тестирования, и предъявление данному испытуемому определенного задания в этом случае является таким же сюрпризом для экзаменатора, как и для испытуемого);

- психологическая адекватность (это важнейшее психологическое следствие оптимальной сложности. Наличие в тесте (по сравнению с традиционными экзаменационными вариантами) большого количества кратких заданий средней трудности дает многим испытуемым (особенно тревожным, не уверенным в себе) шанс “зацепиться”, поверить в себя, активизировать психологически оптимальную установку “на преодоление”. Ведь когда такой испытуемый остается лицом к лицу с одной-двумя очень сложными и большими задачами и не видит, как можно с ними справиться вообще, то он падает духом и не раскрывает всех своих возможностей. А если заданий много и часть из них явно начинает “поддаваться” (испытуемый уверен, что он с ними справится), человек в процессе тестирования ободряется и начинает “бороться” за максимальный результат. Тестовая ситуация оптимальной сложности является оптимальным возбудителем – люди испытывают нормальный уровень стресса (напряжения), необходимый для того, чтобы показать наивысший результат. Недостаток стресса (в случае легкого теста), а тем более избыток (в случае трудного) искажают результаты измерения);

Однако все перечисленное выше не означает, что метод тестов не обладает некоторыми весьма серьезными недостатками, не позволяющими свести всю диагностику способностей и знаний исключительно к тестированию. К недостаткам тестирования относят: опасность “слепых” (автоматических) ошибок, опасность профанации, потеря индивидуального подхода, “стрессогонность”, “репродуктивность”, отсутствие доверительной обстановки, неадекватная сложность.

Таким образом, тесты нельзя делать единственным исчерпывающим методом любой диагностики (и образовательно-профессиональной, и личной). Они требуют параллельного использования свободных письменных работ (в личностной диагностике место сочинений занимают проективные тесты со свободным ответом), а также устного собеседования (интервью). То есть место тестов – дополнять указанные выше традиционные методы. В этом

качестве тесты незаменимы, так как не имеют многих недостатков, свойственных традиционным методам.

Спокойное рациональное осознание достоинств и недостатков метода тестирования освобождает всех (исполнителей, заказчиков, испытуемых) как от чрезмерных упований на метод тестов, так и от пренебрежения к нему.

*.С. Морев, С.П. Бушуев*

## **СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА**

Социально-экономические и культурные преобразования в моногородах, реорганизация производств, активное внедрение новых технологий и, как следствие, жесткая кадровая конкуренция на рынке труда предъявляют принципиально новые требования к системе подготовки молодых специалистов. Повышение уровня подготовки специалистов достигается в основном за счет внедрения новых технологий обучения, совершенствования материально-технической базы учебных заведений, информационной насыщенности, повышения квалификации, однако все эти меры не обеспечивают опережающего развития кадрового потенциала общества. Существующая система образования, в целом не претерпевшая значительных изменений за эти годы, обрастает все большим количеством различных по своей сути проблем.

Отставание профессиональной подготовки студентов от фактически требуемого на производстве профессионального квалификационного уровня – на Заволжском моторном заводе более остро эта проблема ощущается с активным внедрением новых технологий, освоением нового производственного оборудования. Снижение, а затем и прекращение финансирования статей содержания учебно-производственной базы Заволжских учебных заведений не позволяют поддерживать ее на нормальном работоспособном уровне. Между тем, требования к профессиональной квалификации выпускников резко возросли.

Реорганизация и реструктуризация производства, внедрение новых технологий повлекли за собой высвобождение большого количества кадров массовых профессий. Стала ощущаться единичная нехватка высококвалифицированных кадров широкого спектра специальностей. Особенно остро эта проблема встает в малых городах, таких как Городец, Балахна, Заволжье и др. Существующая система профессионального обучения иногда не в состоянии осуществлять такую подготовку на современном уровне.

Повсеместное сокращение кадров на производствах Заволжского моторного завода, Заволжского завода гусеничных тягачей, создает дополнительный комплекс проблем в семьях учащихся, уже у школьников отмечено падение престижа определенных, востребованных на производстве, профессий. Система профессиональной ориентации в лучшем случае формально выполняет свои функции. Созданные повсеместно психологические службы обособлены друг от друга, работая только на сиюминутные нужды своих учреждений. Все это приводит к тому, что большая часть выпускников не доходит до производства, либо формально трудоустроенные, они покидают его в течение первого полугодия самостоятельной трудовой деятельности. Среди причин неудовлетворенность заработной платой, напряженная социальная атмосфера в трудовых коллективах, отсутствие удовлетворения от своего труда.

Другой проблемой является неразработанность принципов экономических и правовых взаимоотношений между учебными заведениями и предприятиями - потребителями молодых специалистов. Профессиональная школа как бы утратила своего заказчика и потребителя, оказалась размытой и ее роль в воспроизводстве профессионально - квалификационной структуры. Зачастую перечень подготавливаемых профессий определяется не потребностями предприятий, а возможностями самих учебных заведений.

Сложившаяся ситуация, несомненно, имеет весомые причины, которые должны стать предметом специальных исследований, в том числе социологических и социально - психологических.

Грамотное управление процессом социально-психологической адаптации значительно облегчает и ускоряет процесс приспособления молодых специалистов к задачам, условиям и традициям организации, формирования положительного отношения к профессиональной деятельности, вхождения в систему межличностных отношений, определение условий для самореализации личности и удовлетворения ее потребностей. Оно сводится к проведению совокупности мероприятий, направленных на то, чтобы помочь новому сотруднику лучше ориентироваться в организации, сократить период освоения им работы, облегчить установление контактов с окружающими.

Следует отметить, что социально-психологическая адаптация предполагает установление межличностных и деловых отношений с сослуживцами, освоение ценностей и групповых норм поведения. Новый работник знакомится с расстановкой сил в подразделении, выясняет значимость того или иного сотрудника, включается в состав формальных и неформальных групп. При этом процесс социально-психологической адаптации может оказаться трудным и долговременным.

В настоящее время многие компании для того, чтобы сгладить проблемы адаптации, разрабатывают и применяют различные методики, направленные на максимально быстрое и эффективное включение нового работника в деловую жизнь фирмы, создаются структурные подразделения, отвечающие за процессы адаптации. Тем не менее, проблема социально-психологической адаптации молодых специалистов в организации остается по-прежнему актуальной: отмечая высокий уровень их профессиональной подготовки, руководители предприятий часто называют их главным недостатком «неумение работать в команде». Кроме того, руководство организаций не всегда готово «вкладывать деньги» в молодого специалиста для его становления как профессионала, полноценного члена коллектива. При этом отмечается недостаточный уровень социально-психологической компетентности как руководства различных фирм и компаний, так и молодых специалистов.

Работа по повышению эффективности адаптации молодых специалистов должна быть направлена, прежде всего, на интеграцию интересов сотрудников и организации, нивелированию разрыва между ожиданиями, возможностями специалиста и потребностями руководства.

Бесспорно, процесс адаптации выпускника учебного заведения в трудовом коллективе очень важен для становления молодого специалиста, но это лишь финальная часть довольно длительного и сложного процесса. Успешность и продолжительность его во многом зависят от предшествующих этапов подготовки.

Развивающемуся обществу нужны современно-образованные, нравственные, предприимчивые люди, которые могут самостоятельно принимать ответственные решения в ситуации выбора, прогнозируя их возможные последствия, способные к сотрудничеству, отличающиеся мобильностью, динамизмом, конструктивностью и обладающие развитым чувством личной ответственности за судьбу страны и народа.

Процесс становления молодого специалиста – не начинается и не заканчивается периодом профессионального обучения – это более длительный и разносторонний процесс профессионального самоопределения, социализации и адаптации к профессиональной деятельности, а также процесс активного сознательного усвоения и проявления личностью специальных знаний и ролевых норм поведения в группе (коллективе).

Социальное управление процессом становления молодого специалиста должно представлять собою систему активного многолетнего последовательного воздействия на личность специалиста через мотивацию и создание условий профессионального обучения, создание благоприятного социально психологического климата в учебном и трудовом коллективах, установление и расширение деловых связей вузов и производства.

# ПРОБЛЕМЫ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ И ДЕЛОВОЙ СФЕРАХ

---

**Председатель:** Е.Н. Баранова, кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой «Иностранные языки машиностроительных специальностей»

**Заместитель председателя:** Т.Г. Шетулова, доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки машиностроительных специальностей»

**Ответственный секретарь:** В.А. Кнутова, ведущий инженер кафедры «Иностранные языки машиностроительных специальностей»

*Е.Н. Баранова, Ф. Томазер*

### НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ИТОГОВОМУ КОНТРОЛЮ В ИНОЯЗЫЧНОМ ОБРАЗОВАНИИ (ШКОЛА – ВУЗ)

Проблема преемственности иноязычного образования находится в центре внимания методистов и лингвистов. В связи с этим, актуален вопрос о том, в какой степени вузовские формы итогового контроля, с одной стороны, соотносятся с видами контроля, традиционными для российских школ, с другой стороны, соответствуют формату международных экзаменов.

Влияние глобальной экономики (при всех её плюсах и минусах) предопределило и реформы в сфере образования. Применительно к иноязычной подготовке можно с уверенностью констатировать усиление экономических акцентов в её содержании и, как следствие, изменение формата итогового контроля, в центре которого не «знаниевый», а компетентностный подход [1]. Рассмотрим данные изменения на примере DSD-экзамена для получения Немецкого языкового диплома.

Диплом DSD соответствует уровню C1 европейской шкалы языковых компетенций [1], что позволяет его владельцу продолжать образование в немецких вузах. Преподаватели из ФРГ осуществляют подготовку к экзамену в зарубежных школах по всему миру. Многолетнее плодотворное сотрудничество связывает специалистов из Германии и с российскими школами, и вузами. Существенную роль в этих связях играет экономический фактор: финансируя деятельность своих преподавателей в России, немецкая сторона рассчитывает и на обратную связь – доброжелательно-заинтересованное участие новой российской элиты в российско-немецком экономическом партнёрстве.

Примат экономического начала обуславливает как новое содержание подготовки к DSD, так и новый формат самого экзамена, состоящего из четырёх частей, представляющих собой *репродуктивные (чтение и аудирование) и продуктивные (говорение и письмо) виды речевой деятельности*. На проверку аудирования и чтения в формате теста (множественный выбор) отводится семьдесят минут. Обычно представлены такие виды текстов, как интервью или рефераты. Несмотря на значительный объем и сложность представленной информации, экзаменуемые, как правило, хорошо ориентируются в звучащих и письменных текстах, демонстрируя уверенное владение навыками их репродукции. Вместе с тем, продуктивная



деятельность многих участников экзамена затруднена. По наблюдению зарубежных коллег, трудности испытывают также и участвующие в подготовке к международным экзаменам российские преподаватели. В соответствии с новым содержанием обучения они должны пересматривать как формы работы с языковым материалом, так и традиционные способы контроля. Речь идёт, в частности, *об отказе от лексико-грамматических тестов, письменных переводов в пользу тех видов деятельности, в которых презентация и интерактивность выходят на передний план.*

Другая проблема – необходимость переориентации на новые для преподавателей-филологов сферы экономики, бизнеса, развития науки и техники. В ходе подготовки к международным экзаменам необходимо основательно работать с аутентичными материалами зарубежной прессы, делая акцент на самых актуальных для страны изучаемого языка проблемах. В качестве подтверждения этого приведём лишь некоторые из тем, представленных на экзамене DSD 2010 года в гимназии № 1: «Растущая безработица в Германии: кто виноват и что делать?» «Могут ли детские дома заменить семью (ситуация в России и Германии).» «IAA (международная автомобильная выставка) во Франкфурте: технический прогресс или автомобильное безумие?».

Существенные изменения произошли и в *письменной части экзамена DSD*. Вместо передачи содержания и анализа текста (как правило, художественного) акцент сделан на информации делового характера. Интерпретация сжатого, иллюстрируемого графиками или диаграммой текста осуществляется в короткий промежуток времени и требует от экзаменуемого предельно точных и кратких формулировок, а также четкого обоснования собственной точки зрения.

Новый формат международного экзамена DSD отчётливо демонстрирует тот факт, что *прагматический подход уверенно вытесняет традиционный для иноязычного образования подход филологический*. Можно принимать эту тенденцию или, напротив, критиковать её как проявление узкоутилитарного отношения к образованию вообще и иноязычному образованию в частности, но игнорировать новые реалии невозможно.

В заключение подчеркнём, что авторы солидарны с теми методистами и преподавателями-практиками, которые *не сомневаются в целесообразности пересмотра видов итогового контроля иноязычной подготовки на всех её этапах, включая школу и вуз*. Достигнутые за последнее десятилетие практические результаты работы российских вузов подтверждают необходимость соотнесения такого контроля с форматом международных экзаменов.

#### **Библиографический список**

1. Общеевропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, обучение, оценка. Страсбург: Издание Департамента по языковой политике, 2001.
2. Баранова, Е.Н. Немецкий язык для специалистов: научно-техническое сотрудничество России и Германии (региональный компонент): учеб. пособие / Е.Н. Баранова, Н.Н. Ковалева, И.В. Леушина; Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. – Нижний Новгород, 2009. – 155 с.
3. Баранова, Е.Н. Иноязычное образование в техническом вузе // Инновационные технологии современного учебного процесса: стратегия, задачи, внедрение. Материалы ВНМК. Н. Новгород: НГТУ, 2009. С. 205–209.

**И.В. Леушина**

#### **ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА К РАБОТЕ В СОВРЕМЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ**

В настоящее время очевидным становится тот факт, что каждый человек непрерывно взаимодействует с огромным потоком информации, которая является одной из составляющих практически всех сфер его деятельности.

В самом общем понимании информация – это количество составляющей непредсказуемости, содержащейся в сообщении [1]. Соответственно, необходимо увеличить предсказуемую составляющую, а это требует систематической подготовки современного специалиста к «общению» с информацией, включающему в себя этапы ее обнаружения, отбора, восприятия, получения, потребления, усвоения, обработки, осознания и применения. Обучающийся должен научиться не только усваивать и ранжировать информационные ценности, но и превращать их в знание и, далее, в компетентность, то есть потребление информации должно стать активным, избирательным, оценочным, обеспечивающим его интеллектуальное развитие.

Вопросы формирования умений работы с источниками информации традиционно являются предметом внимания ученых и трактуются в рамках проблемы развития навыков учебного труда, в контексте технологии интеллектуальной деятельности.

В связи с этим интересной представляется классификация видов интеллектуальной деятельности с учетом направленности обучения в высшей школе, предлагаемая Ю.Г. Фокиным, с обозначением в ней особенностей действий, связанных с восприятием информации, использованием воспринятой информации, а также с реализацией результатов восприятия и переработки информации [2]. Вид любой деятельности предлагается обозначить совокупностью названий, последовательно выбираемых для каждого уровня (например, для подготавливающего доклад инженера – «текстово-аналитико-документирующая»). При чем главная направленность этой классификации состоит не в намерении обозначить вид деятельности в целом, а в стремлении выделить специфические действия, входящие в подлежащую освоению деятельность, которые субъект учения мог бы осваивать при обучении в вузе в качестве модулей, включаемых впоследствии в реальную деятельность как уже освоенные им элементы. Специфика выделенных действий определяется особенностями предметной области, в которой они осуществляются.

В данном случае речь идет об иноязычной профессионализации специалиста, то есть росте профессиональной компетенции в процессе изучения иностранного языка.

Обучение всем видам коммуникативной деятельности с достижением одинакового уровня владения ими (в условиях дефицита аудиторного времени) не представляется возможным. При этом предлагается рассматривать обучение в комплексе видам речевой деятельности в процессе реализации ведущей составляющей – обучения чтению. Его даже называют «старшим» видом речевой деятельности, включающим в себя базисные речемыслительные механизмы слушания и говорения, а также навыки письменной речи и дающим возможность на базе текстов для чтения развивать другие виды речевой деятельности [3]. Кроме того, умение читать иноязычные тексты относится к числу тех коммуникативных умений, которые не утрачиваются в течение длительного периода времени без тренировок, а также легко восстанавливаются после перерыва и, наконец, достаточно продуктивно поддаются совершенствованию на разножанровых материалах для чтения.

Что касается иноязычной подготовки в целом, то речь идет о взаимосвязанном обучении различным видам коммуникативной деятельности, которое подчинено тематике прочитанных и адекватно понятых аутентичных текстов, с учетом готовности преподавателя в каждой конкретной учебной ситуации конструировать открытую для творчества, динамично перестраивающуюся совместную интеллектуально-коммуникативную деятельность со студентами, ведущую их ко все более высоким уровням самоорганизации учения, взаимодействий и ценностных позиций.

«Иностранный язык» рассматривается как интегрированная дисциплина, которая вносит существенный вклад в формирование профессионально значимых умений и навыков обучающихся, в раскрытие их творческого потенциала, повышение культуры общения. Неслучайно в связи с этим уподобление чтения произведению диалогу (О.М. Шиян) и рассмотрение проблемы текста с двух сторон: со стороны запрограммированного сообщения, в самом широком смысле слова, и со стороны возможных толкований информации, заложенной в этом сообщении.

Именно текст является одной из основных единиц процесса обучения в модельной информационной среде. Если исходить из того, что творчески работающий специалист является не только потребителем готовой информации, но в большей степени – ее интерпретатором и распространителем, то текст выступает центральным звеном процесса коммуникации. В процессе обучения используются материалы, актуальные для различных сфер настоящей и потенциальной деятельности обучающихся, то есть позволяющие адаптироваться в иноязычной среде и включающие в себя профессионально-релевантные знания, когда на первый план выходит такая существенная характеристика иностранного языка для специальных целей, как обусловленность его системных свойств понятийно-предметной логикой направления подготовки специалиста, а качество текста определяется его содержательной и языковой доступностью для понимания адресатом.

Имея в виду разнотипность текстов, применяемых для иноязычной подготовки специалистов технического профиля, особое внимание следует обращать на те типы текстов, которые наиболее широко используются в письменной и устной формах общения в сфере направления подготовки будущих выпускников. В связи с этим, необходим тесный контакт преподавателей иностранного языка с коллективом выпускающей кафедры [4].

Следует использовать возможности текстов для формирования у обучающихся ряда качеств личности и стратегий познавательной деятельности, актуальных для будущей социальной и профессиональной реализации (в частности, критического мышления). При этом в современной информационной среде часто отсутствует четкое разграничение между иностранным языком для академических и для специальных целей, и внимание уделяется формированию навыков и умений, как становящихся впоследствии основой для непрерывного образования, так и необходимых для становления будущих профессионалов.

#### ***Библиографический список***

1. Шарков, Ф.И. Теория коммуникации (базовый курс) / Ф.И. Шарков. – М.: РИП-Холдинг, 2006. – 240 с.
2. Фокин, Ю.Г. Теория и технология обучения: деятельностный подход / Ю.Г. Фокин. – М.: Академия, 2006. – 241 с.
3. Румянцева, Е.С. Обучение чтению как основа перехода к другим языковым навыкам // Лингводидактические проблемы обучения иностранным языкам: межвузовский сборник. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2001. С. 155–160.
4. Леушина, И.В. Иноязычная подготовка студентов в образовательном пространстве технического вуза: информационный, когнитивный, акмеологический аспекты / И.В. Леушина; НГТУ им. Р.Е. Алексеева. – Н. Новгород, 2008. – 123 с.

***А.Н. Лаврова***

#### **ОТ СИНКРЕТИЧНОСТИ ДО КОНКРЕТИКИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ЗНАЧЕНИЯ**

Лексика языка в настоящее время претерпевает значительные изменения, ибо количество номенклатурных специализированных единиц начинает значительно превышать число терминов. Уровень развития специализированной лексики влияет на ускорение процесса познания. Дальнейшее развитие специализированной лексики создаёт условия для научного и культурного прогресса. Расслоение лексики, процесс выделения терминов и других эзотерических лексических единиц осуществляется на фоне общеупотребительной лексики, процесс изменения которой реализуется весьма медленно. В этой лексике сохраняются те лексемы, которые наблюдались ещё в древнем периоде. В ходе эволюционного развития сознания, с одной стороны, наблюдается отслоение специального словаря от общеупотребительного, а с другой, – регистрируется процесс проникновения специализированной лексики в общеупотребительную.

В семантическом плане ранние синкретичные единицы конкретизируются, уточняясь с появлением новых лексем, что приводит к перераспределению значений. Заимствование единиц общего языка в специализированную лексику свидетельствует об их дальнейшей специализации. Если же формируются новые термины, тогда фиксируются точные границы их значения. Таким образом, идёт постоянное уточнение значения употребляемых лексем, исключаящее неопределённость, синкретизм.

Антропогенез даёт возможность проследить смену отдельных хронофрагментов языковой картины, которые определяются объёмом и общими свойствами употребляемой лексики, а также определёнными этапами семантических и словообразовательных элементов. Семантические изменения связаны с образованием самостоятельных единиц. На смену семантических изменений приходят метафорические и метонимические процессы как по сходству, так и по смежности объектов. Морфологический аспект становится доминирующим способом образования новых единиц на базе варьирования формы исходной единицы: суффиксации, префиксации, усечения и так далее.

Синтаксический способ образования рассматривается как наиболее продуктивный в процессе пополнения специализированной лексики, то есть пополнения терминологической лексики, что способствует доминированию словосочетаний над однословными терминами. Этот фактор является основной характеристикой терминологической лексики. В прошлом (XX в.) регистрируется бурное развитие специальных сфер знаний и, соответственно, взаимодействие отдельных областей с последующей неизбежной интерференцией терминов. Кроме того, увеличивающаяся длина терминословосочетаний приводит к росту аббревиаций, а далее и акронимов. В этот временной отрезок было подсчитано, что специализированная лексика составляет около 90% сформировавшихся развитых лексических систем.

К примеру, химические науки в своём лексическом составе имеют количество терминов, часто превышающее число неспециализированных лексем языка. Так, в химических языках известно уже свыше полтора миллиона специализированных соединений. Такие лингвистические проблемы, как многозначность (полисемия) и омонимия в терминологии приобретают весьма важное значение. Специализированную лексику исследуют типологически, анализируют её происхождение как в диахронии, так и в панхронии.

Специализация знаний проявляется в количественном увеличении лексики языков. Уточняется, изменяется категория значения. Расплывчатость, неясность значения древних лексем определялась недостатком знания, либо его полным отсутствием. Точность специализированного значения является определяющим фактором как современного специализированного дискурса, так и специализированного языка. Это явление – двустороннее. Специализированный дискурс, к примеру, запрограммирован на точность подаваемой специализированной информации, структурно представленной отдельными конкретными специализированными лексемами.

Английский специализированный язык органики располагает многими историческими, заимствованными единицами, эволюция значения которых идёт параллельно эволюционному познанию, чётко фиксируя этапы панхронического развития. Рассмотрим антропологическое развитие значений отдельных единиц.

*Ring* является древнеанглийской лексемой, историческое значение которой связано с объектом, напоминающим форму круга: это либо кусок, либо фрагмент того, что образует круг; лексема полисемична. В последней четверти XVI века лексема терминологизируется и выявляется в специализированном языке анатомии в контексте структуры округлой формы (применительно к телу человека). В органике *ring* соответствует представлению об округлой структуре определённой формы, а именно, формы кольца: структурные кольца, либо кольца-структуры в органике различаются в зависимости от веществ, структурные элементы которых они формируют (*aromatic rings, a-membered rings, fused and bridged rings, the medium sized ring*); в случае с *ring* лежит основная характеристика исторического значения круга-кольца, напоминающая по очертаниям форму структуры (структурной формулы) такого кольца: в

условиях специализированного языка органики лексема подвергается вторичной терминологизации.

*Bath* отмечена в древнеанглийском, а также во всех германских языках, обладая несколькими метафорическими и переносными значениями. Первое историческое значение связано с медициной, здоровьем, поддержанием хорошего тонуса организма; *bath* — лечебная ванна. В конце XVI века в словаре появляется помета «химический», то есть перенос значения связан с особенностью химического языка. Теперь *bath* подвергается вторичной терминологизации, сохраняя основную историческую характеристику лексемы как устройства для поддержания определённого температурного режима (*sand bath*, *ice bath*).

*Reaction* исторически неотъемлемо от действия отталкивания, отторжения тела и предмета, оказываемого на другое тело давления. По данным Оксфордского словаря, впервые лексема наблюдается в сфере физиологии и патологии; лексема полисемантична. В химическом специализированном языке единица регистрируется в первой четверти XIX в., где выявляется новый оттенок, вызванный аналогией с соответствующим процессом у лексемы *reaction* (реакция). Здесь имеет место вторичная терминологизация основного исторического значения на базе переноса по сходности условий, а также благодаря семантическим изменениям, вызванным к жизни конкретикой семантики органического языка.

*Air* является одной из загадочных заимствованных лексем. Исторически, благодаря латинским корням, лексема была связана с понятием пространства, места, площадки и т.п. Лексема полисемична. Спорным является вопрос о языковой сфере, в которой лексема нашла своё первичное специализированное значение: судя по «диспозиции пространству», можно говорить о приоритете высокого специализированного языка, хотя параллельно фиксируется другое значение, которое было известно алхимикам древности, значение одного из четырёх элементов, в связи с которыми они и упоминали это слово. В химических специализированных языках лексема терминизировалась так же, как и в других языках, до значения «смесь кислорода и азота (механическая), включая следы других веществ, известных как примеси». Затем маркируется детерминологизация, и *air* — уже общеязыковая бытовая единица.

*Layer* — полисемичная лексема; она представлена в исторических текстах, связанных с археологией, кроме того, эта единица появляется в специализированных языках сельского хозяйства, которые оказались конкурирующими за первенство представленности, так как каждая из них имеет дело либо с почвенным слоем, либо с переносом по аналогии — со снятием культурного слоя. Если принять во внимание, что археология является более древней наукой, по сравнению с культурой сельского хозяйства и, тем более, культурным садоводством и огородничеством, тогда эта лексема перешла в химию из археологии. В специализированном языке тонкослойной хроматографии (*thin-layer chromatography*) центральное место занимает *layer*. Историческое значение этой единицы обросло переносными; в органическом специализированном языке лексема подверглась терминологизации, приобретя статус специальной единицы.

Итак, свойство эзотеричности специализированной лексики достигается путём заимствования из других языков, как, например, с латинскими прототерминами. Научный период развития специализированной лексики определяется глубокими исследованиями в рамках терминоведения, подтверждающими резкий рост числа новых научных дисциплин, когда каждая новая дисциплина нуждается в собственной терминологии и, соответственно, увеличением синонимии, омонимии и полисемии. При этом терминология не только может быть, но и должна изменяться, то есть развиваться, ибо прогресс развития научных знаний зависит от состояния терминологии.

#### **Библиографический список**

1. Гринёв-Гриневиц, С.В. Основы антрополлингвистики / С.В. Гринёв-Гриневиц. — М.: РОССТЕРМ. 2005. — 113 с.

2. Лаврова, А.Н., Антропологический подход к изучению терминосистемы органики // От слова к термину. – М.: Московский институт лингвистики. 2006. С. 150–158.
3. Oxford English Dictionary, 2-d edition, 1994.

*О.Г. Колганова*

## **РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У СТУДЕНТОВ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

При подготовке специалистов новой формации необходимо решение целого ряда проблем. Одной из них является разработка методов и средств, обеспечивающих последовательную интеграцию гуманитарного и профессионального обучения. В период расширения международных контактов возрастает роль иностранного языка как средства общения и ознакомления с новейшими достижениями зарубежной науки, техники и культуры.

Поэтому неслучайно первое место в рейтинге популярности методик преподавания иностранного языка в вузах сегодня активно занимает коммуникативный подход, направленный на развитие у студентов коммуникативной компетенции.

Сущность исходного уровня сформированности коммуникативной компетенции, который создается на первом этапе обучения иностранному языку в техническом вузе, заключается, во-первых, в умении построения связного монологического высказывания, а также краткого сообщения, сочетающего элементы описания, повествования, обсуждения.

Как известно, студенты неязыковых вузов продолжают в вузе изучение иностранных языков. Формирование умений иноязычного говорения начинается в школе на базе обиходного речевого стиля. Задача первого этапа обучения иностранным языкам в вузе – овладение основами научного стиля речи. Успешность решения этой задачи зависит от уровня сформированности умений говорения, с которым студенты приступают к изучению иностранного языка в вузе. Чтобы установить этот уровень, в начале первого семестра первого курса проводится срез коммуникативной компетенции.

В анализе среза исходят из следующего положения: коммуникативная компетенция означает умение использовать языковые средства в соответствии с ситуацией общения, она включает несколько компонентов: лингвистический, формально-логический, предметный и т.д.; каждый её компонент выражается в определенном наборе знаний, умений и навыков.

Студентам предлагается составить монологическое высказывание о себе и своей семье. Объем высказываний составляет от 1 до 15 предложений. Такое своего рода тестирование показывает, что из школы в вуз приходят студенты, 50% которых имеют неудовлетворительные знания по иностранному языку. 2/3 их высказываний построены неправильно, четвертая часть не окончена или непонятна (т.е. предложения не выполняют коммуникативной функции). Наиболее типичные ошибки: неправильный порядок слов в предложении, неверное употребление предлогов и артиклей, неправильное склонение существительных и спряжение глаголов, недостаточное владение словарным запасом.

Установление наличия у студентов совокупности компонентов коммуникативной компетенции и впоследствии составляющих эти компоненты знаний, умений и навыков позволяет более точно спланировать содержание обучения иностранному языку, т.е. более точно определить цели обучения всего обучающего процесса и на каждом его этапе.

В результате можно выделить следующие умения, которые необходимо развивать у студентов неязыковых вузов с целью формирования базового уровня коммуникативной компетенции в говорении:

1) общие умения – строить монологические высказывания повествовательного, описательного типов, типа обсуждения, а также смешанного типа;

2) частные умения – формулировать главную мысль; использовать лексико-грамматические средства для выражения смысловых отношений между предложениями; интонационно выделять главную мысль высказывания; начать высказывание; закончить высказывание.

Дальнейшая работа по формированию коммуникативной компетенции студентов требует от преподавателя решения, по крайней мере, трех задач.

- во-первых, требуется осуществить отбор материала, на основе которого возможно формировать и развивать эти навыки и умения;
- во-вторых, необходимо определить последовательность работы с учётом отобранного материала;
- в-третьих, необходимо правильное педагогическое общение.

Как известно, студенты в группе отличаются друг от друга природными способностями, образовательными потребностями, поэтому преподавателю необходимо умно и тактично управлять познавательной деятельностью студентов. Ведь успех возможен лишь тогда, когда студент хочет заниматься иностранным языком, для чего нужен благоприятный климат на занятии, когда студент не испытывает чувство неловкости или стыда за свои плохие знания. Поэтому требуется такое поведение преподавателя, которое позволяет вовлечь студентов в речевую деятельность и способствовать тем самым успешности развития их коммуникативной компетенции, т.е. внутренней готовности и способности к речевому общению.

*Т.Г. Шетулова*

### **О МЕЖКАТЕГОРИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЯХ ТЕРМИНОВ В «АВТОЯЗЫКЕ»**

Для изучения межкатегориальных связей однословных терминов английской автомобильной терминосистемы в данной работе осуществляется фасетная классификация изучаемых наименований на основании их межкатегориальных отношений.

Так, классификация однословных терминов предметной категории осуществляется по двум признакам:

- 1) назначение предметов, применяемых в изучаемой отрасли техники;
- 2) характер процессов, осуществляемых при помощи соответствующих предметов.

Термины категории предметов по назначению изучаемых предметов делятся на две группы:

- термины, обозначающие предметы общего назначения (absorber – амортизатор, actuator – привод, collector – коллектор, baffle – дефлектор);
- термины, обозначающие предметы специального назначения (dumper – самосвал, van – автофургон, ambulance – автомобиль скорой помощи и др.).

Межкатегориальные отношения рассматриваемых терминов характеризуются как «предмет – его назначение».

По характеру процессов, осуществляемых при помощи соответствующих предметов, эти термины делятся на три группы:

- термины категории предметов, осуществляющих механические процессы (transmission – трансмиссия, clutch – сцепление, differential – дифференциал, cardan – кардан и др.);
- термины категории предметов, осуществляющих физические процессы (carburetor – карбюратор, economizer – экономайзер, diesel – дизель и др.);
- термины категории предметов, осуществляющих химические процессы (accumulator – аккумулятор, detonator – детонатор, oxidant – окислитель и др.).

Межкатегориальные отношения рассматриваемых терминов квалифицируются как «предмет – характер осуществляемого им процесса».

Термины веществ (отнесенные к терминам предметной категории) по назначению изучаемых веществ и способу их получения делятся на две группы:

- термины веществ, применяемых для осуществления различных процессов (gasoline – бензин, fuel – топливо, lubeoil – смазочное масло и др.);
- термины веществ, получаемых в результате различных процессов (gas – газ, smoke – дым, soot – сажа и др.).

Межкатегориальные отношения описываемых терминов характеризуются как «вещество – его назначение, «вещество – способ его получения». Термины категории свойств классифицируются в зависимости от категории их носителя. По этому признаку выделяются две группы наименований:

- термины, обозначающие свойства предметов (steerability – управляемость (автомобиля), stability – устойчивость (шасси) и др.);
- термины, обозначающие свойства веществ (volatility – летучесть (бензина), thickness – консистенция (смазки), density – плотность (смеси) и др.).

Межкатегориальные отношения терминов этой категории рассматриваются как «предмет – его свойство», «вещество – его свойство». Термины категории величин классифицируются также в зависимости от категории их носителя. Среди них различаются три группы наименований:

- термины величин различных предметов (volume – объем (цилиндра), displacement – литраж (двигателя), mass – масса и др.);
- термины величин различных процессов (frequency – частота (искрообразования), velocity – скорость, efficiency – эффективность (торможения и др.);
- термины величин свойств (value – показатель (детонационной стойкости), degree – степень плотности и др.)

Межкатегориальные связи терминов категории величин рассматриваются как «предмет – его величина», «процесс – его величина», «свойство – его величина»

Итак, в результате фасетной классификации однословных терминов на основании их межкатегориальных отношений были выявлены и изучены межкатегориальные отношения анализируемых наименований, причем их изучение показало, что эти связи являются особенно существенными в исследуемой АТ, поскольку именно на их основе формируются иерархические и большинство ассоциативных отношений между терминами изучаемой системы.

**Н.В. Горбунова, О.Н. Сорокина**

### **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ ПО АУТЕНТИЧНОМУ УЧЕБНИКУ MARKET LEADER PRE-INTERMEDIATE**

В условиях расширяющегося информационного пространства иноязычное общение становится существенным компонентом будущей профессиональной деятельности специалиста, в связи с этим значительно возрастает роль дисциплины «иностранный язык» на неязыковых факультетах вузов. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования требует учета профессиональной специфики при изучении иностранного языка, его нацеленности на реализацию задач будущей профессиональной деятельности выпускников.

Ставя перед собой задачу формирования и развития профессиональной коммуникативной компетенции студентов, преподаватели в первую очередь стараются создать необходимые условия для обеспечения:

- 1) *содержательной стороны общения;*
- 2) *тренировки обучающихся в творческом применении навыков профессионального общения в коммуникативно-ориентированных ситуациях.*

Важным условием первого и второго являются аутентичные тексты. Они содержат тот «языковой скелет», на основе которого происходит правильное развитие коммуникативного навыка. Кроме того, вследствие вариативной повторяемости лексико-грамматического материала в виде разнообразных монологов и диалогов, приближенных к профессиональной сфере, можно добиться формирования у студентов стойких продуктивных и рецептивных навыков употребления и распознавания структур в речи.

Для обучения студентов экономических специальностей в неязыковом вузе существует



множество различных УМК, среди которых Market Leader издательства Longman занимает прочные позиции. Информационное, лингвистическое и экстралингвистическое наполнение содержательно-тематических блоков обеспечивается аутентичными материалами как текстового, так и аудиовизуального характера, что позволяет достигать *целей*, заявленных в федеральном компоненте государственного стандарта высшего образования по иностранным языкам:

- понимать устную (монологическую и диалогическую) речь на специальные темы;
- владеть навыками делового профессионального общения (нормативным произношением и ритмом речи);
- владеть основами публичной речи, делать сообщения и доклады (с предварительной подготовкой);
- участвовать в подготовке тем, связанных с деловым профессиональным общением (задавать вопросы и отвечать на вопросы);
- владеть основными навыками письма, необходимыми для подготовки публикаций, тезисов и ведения переписки;
- обеспечить полипрофильную направленность обучения, приобщение студентов к культуре стран изучаемого языка (гуманитарный компонент), умение представить её средствами иностранного языка, расширение кругозора по профессиональной тематике.

В УМК представлены следующие темы: карьера, виртуальные магазины, компании, инновации, стресс, индустрия развлечений, маркетинг, планирование, управление персоналом, конфликтология, организация бизнеса, товары и услуги. Работа с каждым разделом строится на последовательном решении задач (task-based approach).

Рассматривая уровни познавательной активности данного УМК, необходимо выделить уровень воспроизведения, уровень тренировки и практики и творческий уровень. Каждый уровень соответствует определенному этапу. В описываемом УМК прослеживается три этапа: ознакомление (starting up), тренировка (skills) и применение (case study).

Что касается основных приемов, в ознакомительный этап включены следующие: организационная беседа (warming up), презентация, наводящие вопросы, семантизация лексики, фонетическая отработка, интонирование, закрепление лексики, ознакомительное чтение, выбор ключевых слов. Для тренировки используются такие основные приемы, как речевая подготовка, «мозговой штурм», чтение с параллельным обсуждением, обсуждение, перевод, высказывание собственного мнения с помощью клише, трансформация, управляемый разговор. Перекрёстная дискуссия, интерпретация, пересказ, анализ ситуации, монолог с высказыванием суждения, диалог-обсуждение, этикетный диалог, проект, презентация, написание делового письма, резюме, служебной записки, чтение графиков и таблиц особенно результативны на этапе применения.

Разнообразны организационные режимы работы: если на этапе ознакомления особенно эффективны фронтальный и индивидуальный режимы, то во время тренировки широко используются фронтальный, парный, индивидуальный режимы работы, а также работа в группах. На творческом уровне на этапе применения наиболее известны парный и индивидуальный режимы, а также работа в группах.

Освоение лексико-грамматического материала строится по трем основным направлениям, целью каждого является не только формирование устойчивых речевых навыков, но и побуждение студентов с различными уровнями владения языком к употреблению и пониманию изучаемых речевых структур в различных ситуациях профессионального общения. Большое количество аудиоматериала помогает развивать навыки аудирования с извлечением основной информации из услышанного, мотивируя тем самым даже слабых студентов к общению, создавая у них ситуацию успеха и стимулируя зону ближайшего развития. Формированию компенсаторной компетенции – умению своими словами при дефиците языковых средств продолжить языковое общение – следует уделять должное внимание. Анализируя аутентичный языковой материал УМК, нельзя не отметить его эффективность в формировании социокультурной компетенции (включающей социолингвистическую), т.е. знания о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка, умения строить свое

речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике, умения адекватно понимать и интерпретировать лингвокультурные факты, и учебно-познавательной компетенции – дальнейшее развитие специальных учебных умений, позволяющих совершенствовать владение иностранным языком.

Таким образом, работа с аутентичным УМК Market Leader издательства Longman позволяет актуализировать текстовый материал, который тщательно прорабатывается для достижения необходимого уровня владения языком в сфере профессионального общения.

### ***Библиографический список***

1. Выготский, Л.С. Развитие речи и мышление: собр. соч. в 6 т. Т. 2 // Л.С. Выготский. – М.: Педагогика, 1982.
2. Гальскова, Н.Д. Современная методика обучения иностранному языку: пособие для учителя / Н.Д. Гальскова. – М: АРКТИ-Глосса, 2000. – 165 с.
3. Головин, Б.Н. Основы культуры речи / Б.Н. Головин. М., 1998.
4. Калмыкова, Л.И. К вопросу обучения монологическому высказыванию / Л.И. Калмыкова // Профессионально- ориентированное взаимосвязанное обучение всем видам иноязычной речевой деятельности в неязыковом вузе. – Пермь, 1996. – 204 с.
14. Рыбкина, А.А. Педагогические условия формирования профессиональных умений курсантов учебных заведений МВД в процессе обучения иностранному языку / А.А. Рыбкина. – Саратов: Саратовский юридический институт МВД России, 2005. – 152 с.
15. Образцов, П.И. Проектирование и конструирование профессионально-ориентированной технологии обучения / П.И. Образцов, А.И. Ахулкова, О.Ф. Черниченко. – Орел, 2005. – 61 с.
16. Шпербер, О. Релевантность. Новое в зарубежной лингвистике / О. Шпербер, Д. Уилсон. Вып. XXIII. – М.: 1998.
17. David Cotton, David Falvey, Simon Kent Market Leader New Edition Pre-Intermediate. Longman 2007.

***С.М. Слободянюк***

### **ОБУЧЕНИЕ ДЕЛОВОМУ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ ОБЩЕНИЮ: ИЗ ПРАКТИКИ ПЕРЕВОДЧИКА И ПРЕПОДАВАТЕЛЯ**

В марте 2010 г. состоялось заседание кафедры ИЯ ММС под руководством зав. кафедрой Е.Н. Барановой, где она поделилась своими впечатлениями от поездки в Германию. В частности, ей удалось «проинспектировать» трех своих студентов-стажеров. Зав. кафедрой выразила интересную мысль: из этих студентов (два юноши и одна девушка) лучше всех с коммуникацией как раз у девушки, которая, условно, занималась дома, в России, 3-е место по разговорной речи. Зав. кафедрой объяснила это «психологической нацеленностью на коммуникацию» и «эффектом присутствия». Под последним подразумевается, что человек может успешно поддерживать беседу, вставив одно или несколько слов в нужном месте. Сразу уместно задать вопрос: а не вызван ли этот случай (с переменой условного первенства) различиями по полу?

В журнале “The Economist” за январь 2005 г. (№ 8410) говорится о том, что «мужчины более способны к систематизации, а женщины – к сопереживанию».

Если это так, то журнал дает ответ на поставленный вопрос. Да, сопереживающие женщины более открыты и более «психологически нацелены на коммуникацию». Однако в этом упрощенном (хотя и концептуальном) подходе не учитываются другие факторы, которые могут исчисляться десятками (например, темперамент, коллектив, условия работы, условия проживания, личные устремления и т.д.)

Однако останемся на позициях другой концепции: разница в поле является всего лишь одним из элементов, влияющих на способность к коммуникации, в том числе, деловой и профессиональной.

Исходя из практики переводчика, смею высказать мысль, что насыщенность, интенсивность профессиональной коммуникации прямо пропорциональна расстоянию

непосредственно от рабочей площадки. Разговор на монтаже рабочих валков в цехе холодной прокатки будет изобиловать терминами «подшипник», «валок», «обойма подшипника», «охлаждающая жидкость» и т.д. Всего в сотне-другой метров от этого места, в офисе, профессиональное общение затухает и уступает место деловому, т.е. более общим вопросам: мощность, сроки ввода в эксплуатацию и т.д. Если на площадке главенствует точность, термины, то в офисе есть место образности, юмору, обеспечивающим релаксацию (пусть хотя бы на час). Здесь очень уместно употребление пословиц, поговорок, сравнений. Но никогда не следует забывать, где и с какими носителями языка приходится работать. С Германией (а именно она основной объект приложения немецкого языка для россиян) все в некотором смысле проще. Нужно только неплохо выучить немецкий язык, включая пословицы и поговорки.

С английским языком сложнее. Ввиду его широкой распространенности следует понимать, какой английский следует использовать в конкретной ситуации. Смысл пословиц, сравнений будет в 95% непонятен среднему техническому персоналу в Африке и Азии. Следует выражаться простым и даже упрощенным английским (каждый регион имеет специфическую интонацию).

Иное дело – американцы, британцы и т.п. Здесь студенты-россияне могут укорачивать свою речь, делать ее более образной, быстрее «наводить мосты» за счет пословиц (Fast bind, fast find), поговорок (play off the cuff). Сравнений (as like as two peas), выражений с цветностью (in a brown study), выражений с цифрами (it is six of one and half a dozen of the other), выражений с названиями наций (take French leave) и т.д. Хотя здесь нужно быть готовым к ложке дегтя. И не такой уж маленькой. Мало того, что американцы и британцы произносят определенные слова по-разному, они имеют различные профессиональные термины. В частности, в литье металлов в США литье в кокиль – это “permanent-mould casting”, а в Великобритании – “die casting”. Но “die casting” в США – это литье под давлением; оно же в Великобритании – “high pressure die casting”.

Таким образом, для английского языка понятия «деловая коммуникация», «профессиональная коммуникация» (и, видимо, «бытовая») являются абстрактными, если они не привязаны к месту коммуникации и объекту.

*И.С. Слободянюк, С.М. Слободянюк*

### **СНЯТИЕ ТРУДНОСТЕЙ ПРИ УСКОРЕННОЙ ЯЗЫКОВОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ ДЛЯ РАБОТЫ В США ПО ПРОГРАММЕ “WORK & TRAVEL”**

Подготовка к прохождению языкового собеседования в посольстве – совершенно конкретная задача, которую обычно нужно выполнить в сжатые сроки. Дело в том, что вопрос о работе летом, решается, как правило, весной, и остается, в среднем, два месяца на языковую подготовку. Речь в данном случае идет лишь о «доводке», «ретушировании» уже имеющихся знаний студента, а не о «классическом обучении». Самым положительным моментом в данной ситуации является высокая степень мотивации студента: родители, которые обычно вносят первые необходимые средства для поездки, гордятся своими детьми. Сами студенты растут в глазах своих товарищей как целеустремленные и предприимчивые люди. Это (вместе с определенным улучшением знаний иностранного языка) не может не сказываться на самооценке самого студента.

Какие цели преследуют студенты, решившие отправиться в США? Их набор стандартен и ограничен: «заработать», «подучить английский», «путешествовать» (оставим «экзотику» в стороне) с разными приоритетами в разных сочетаниях, но этого набора вполне достаточно для мотивации. (И еще. При желании можно усмотреть иронию в том, что студенты хотят «подучить английский» уже после интервью в посольстве, где английский уже должен быть подучен).

Теперь вернемся к теме «конкретной задачи». Собеседование проходит в форме диалога: вопрос – ответ. В Интернете можно (и нужно) найти примерный перечень вопросов, которые могут быть заданы на собеседовании. Они группируются по темам: семья, город, учеба, здоровье и т.д. Эти несколько десятков вопросов следует отработать в совершенстве. Это первая ступень. Не

осилив ее, параллельная работа – «доводка» – имеет мало смысла. Параллельная работа должна вестись по многим направлениям сразу. Грамматика (разговорная):

- Where is my pizza?

- 1. The pizza is being cooked.

2. [The pizza] is being cooked.

3. [The pizza is] being cooked.

Лексика (разговорная): I guess (suppose) you're right.

Фонетика (разговорная): fast [fa:st].

Страноведение (из аутентичных источников): a nickel – 5 (cents).

Указанные направления нацелены как на решение конкретной задачи, так и с прицелом на работу в США. Другая половина - страноведческий материал (система СГС – унции, футы, фаренгейты, а также произношение номеров телефонов, дат и другое), характерный для всего англосаксонского мира. Неплохим подспорьем при параллельной работе может стать ознакомление студента с одной-двумя знаковыми песнями знаковых групп (The Beatles, The Rolling Stones, Led Zeppelin, Deep Purple; для отправляющихся в США – The Doors, The Jefferson Airplane, Credence Clearwater Revival). Еще лучше, если удастся совместить тексты с записями или караоке. Степень интенсивности работы по этой теме зависит только от степени интереса студента.

К тому же, отвечая на вопросы первой ступени, при относительно слабой начальной подготовке можно дать установку на очень короткие ответы – yes, no. Это позволит сосредоточиться исключительно на диалоге, а не на языке. Хотя для многих студентов сделать это вначале трудно: в средней школе на вопросы, типа: «Ты любишь мороженое?» учат отвечать: «Да, я люблю мороженое». Если его/ее спросить по-русски, ответ часто: «Да (люблю)».

Не помешает преподавать студенту и некоторые уроки вежливости (сотрудники посольства – люди). Например, на вопрос: «Сколько у тебя друзей?» можно услышать ответ: «Я не считал(а)». Следует объяснить, что это невежливо и, в крайнем случае, можно добавить «извините».

Если первая ступень взята (т.е. идет правильная реакция на подготовленные вопросы), следует задавать неподготовленные вопросы. Следует разъяснять студенту также понятия, как “spell, please”, “specify, please”, “a bit slower, please”, “say it again, please”. В этом тренинге студент иногда может меняться ролями с преподавателем и задавать вопросы (как из первой ступени, так и экспромтом).

Для того чтобы выигрывать, необязательно быть лучшим. Для того чтобы пройти собеседование, необязательно «владеть языком в совершенстве». Главное, не забывать, куда и зачем едешь, уважать себя и других, быть психологически устойчивым (здесь совершенно необходима работа преподавателя). И тогда мотивация студента, «доводка» преподавателя, совместная работа в плане психологической устойчивости, новая информация могут перевесить на чаше весов – интервью – многие пробелы и недочеты в знании английского языка.

*Л.Н. Туркова*

### **ОБ ОПЫТЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ НА НАЧАЛЬНЫХ ЭТАПАХ ПРОЛОНГИРОВАННОГО КУРСА С ПОСЛЕДУЮЩЕЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИЕЙ В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ**

В современных условиях обучения иностранному языку должно, наряду с комплексом профессиональных знаний и умений, включать в себя базовые ключевые компетенции по содержательным блокам, таким, например, как компетенции в области общих базовых знаний, в области компьютерных технологий, владения средствами устной и письменной речи, навыками ориентации на определенные цели решения конфликтов, коммуникации, позитивного восприятия и высказывания критики, работать в команде и т.д.

подавляющее большинство перечисленных компетенций направлено на формирование личностных стратегий, позволяющих в будущем самостоятельно овладевать знаниями.

Последовательное формирование указанных компетенций начинается со школы и продолжается на вузовском уровне, что дает несомненные преимущества в развитии не только личности каждого обучаемого, но и, в конечном итоге, обществу в целом.

Ориентация на формирование личности, умеющей прагматично оценивать не только окружающий мир, но и свою профессиональную и социальную роль в этом мире с учетом общественного развития, может поднять высшую школу на качественно новый уровень.

Одним из перспективных направлений развития обучения в настоящее время является ролевое взаимодействие студентов в учебном познании, которое является средством их самовыражения. Ролевое учебное познание позволяет открыть себя через знания других обучаемых, через межличностные отношения.

Важным свойством ролевых игр является создание условий для проявления инициативы и демонстрации сторон и свойств натуры обучаемого. Ролевые занятия стимулируют обучающихся к активному выбору и исполнению ролей путем тренингов и диалогов, способствуют созданию непринужденной, открытой и благоприятной для свободного общения атмосферы партнерства на занятиях, при этом преподаватель остается в роли пассивного наблюдателя. Данный вид обучения способствует обогащению ассоциативной памяти, влияет на представления, помогает общению через обсуждение – дискуссию. Исполнение ролей невозможно без группового диалога. Импровизация является условием и результатом самовыражения. Организация групповой работы имеет очевидный воспитательный эффект, так как именно в группе студенты могут слушать и слышать друг друга, понимать мнение других, уметь выражать, обосновать и мотивировать свой ответ.

Данный вид обучения осуществляется, наряду с такими широко применяемыми формами организации учебной деятельности, как диалог, презентация и монологическое высказывание по той или иной предложенной преподавателем теме. В индивидуальных ролях обучаемые могут выражать свое собственное представление касательно рассматриваемой темы в соответствии с собственным мировоззрением и нравственной позицией, а также дает студентам возможность сравнить свое мнение с другими, сопоставляя чужие знания и умения со своими, активно дополнять и оспаривать ответ товарища, искать оптимальный вариант ответа, решения проблемы. Это актуально в особенности при проведении так называемых «круглых столов», целью которых является активизация мыслительной и творческой деятельности студентов, достижение учебных задач, овладение знаниями, умениями и навыками оптимальным способом, обеспечение коммуникативной компетенции.

Формировать речевую компетенцию студента можно также, предложив описать какую-либо ситуацию, обсудить цитату, взятую из того или иного произведения, излагая свои мысли по поводу основной идеи, выражая согласие или несогласие по данному вопросу.

Идея творческого обучения представляет собой осуществление возможности творческой реализации личности студентов, а также развитие и способности к самостоятельной творческой работе в той или иной области и форме, обеспечивает развитие умения общаться на иностранном языке.

Подобные формы занятий могут служить в качестве подготовительного этапа для перехода обучения студентов английскому языку международного и делового общения. Поскольку для того, чтобы изучать специализированный курс по экономике на иностранном языке, сначала необходимо овладеть практическими навыками и умениями речевой деятельности и обогатить словарный запас.

**Л. И. Цветкова**

## **НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ С УЧЕТОМ АКТУАЛЬНОГО ЧЛЕНЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

Актуальное членение предложения (Functional sentence perspective), вслед за В. Матезиусом [1], понимают как членение предложения в контексте на исходную часть сообщения – тему (данное) и на то, что сообщается о ней – рему (новое). Любой член (или

члены) предложения в соответствии с контекстом или ситуацией может выступать как тема или рема: *Книга* (тема) *на столе* (рема) (ответ на вопрос «Где книга?»); *На столе* (тема) *книга* (рема) (ответ на вопрос: «Что на столе?»).

Для лингвистов интерес представляют языковые средства, с помощью которых сигнализируется тема-рематическая организация предложения.

Средства выражения и, соответственно, распознавания тематического или рематического статуса слова или словосочетания в предложении в большой степени зависят от грамматической структуры данного языка. Как правило, в языке с широко развитой морфологической системой и свободным порядком слов (например в русском языке) для указания разницы между темой и ремой может широко применяться порядок слов в предложении. Тема обычно помещается в начало фразы или предложения, а рема – в конец. (Ср.: *Старик вошел. Вошел старик.*)

В устной речи компоненты актуального членения предложения очень часто распознаются по интонации (характеру ударения, паузации). Остановимся на некоторых средствах выделения данного (темы) и нового (ремы) в письменных текстах и особенностях перевода предложений с различной тема-рематической организацией.

Основными средствами тема-рематического выражения в англоязычных письменных текстах считаются: конструкции *it is ... that (it is ... who/which)*, рематизирующие любой член предложения, кроме сказуемого (*It was Humphry Davy who in 1807 showed that soda and potash, regarded by Lavoisier as simple substances, could be decomposed by the new electric pile*), наречия, частицы и союзы *only, even, almost, at least, as early as, etc*, обладающие выделительной функцией и являющиеся сигналом ремы (*Only in the second half of the century was the burette with tap introduced*), неопределенный артикль, служащий показателем ремы, в особенности в предложениях с оборотом *there + be* (*There will be a lecture on organic chemistry today*), определенный артикль, сигнализирующий тему (*A long time was required for the recognition of the fact that the elements can be classified in the way now described by the periodic law*). Агентивное дополнение в пассивной конструкции также может служить ремоиндикатором: *Cracking can be achieved simply by heating the oil to a temperature of about 500 degrees C. under pressure.*

Однако при переводе текстов с английского языка на русский для сохранения логики изложения и, следовательно, для осуществления адекватного перевода, полагаться на ремовыделительные средства можно не всегда.

Наибольшую сложность в решении этой проблемы представляют, вероятно, артикли. Рассмотрим несколько примеров.

1. *A well-educated man or woman needs to have an understanding of the material world in which he or she lives...* Неопределенный артикль здесь явно не сигнализирует рематический элемент предложения. Хотя выражение *a well-educated man or woman* встречается в тексте впервые, оно скорее всего тематично, так как приведенное предложение является продолжением логической цепочки: *I, a. There are many reasons for studying chemistry. First, there is the cultural reason. A well-educated man or woman...*

Неопределенный же артикль в данном случае просто выполняет свою обобщающую функцию, придавая выражению оттенок значения «любой». Поэтому перевод предложения начнем с темы. *Любому высокообразованному человеку необходимо обладать пониманием мира, в котором он живет.* И, наоборот, определенный артикль, которому более свойственно сигнализировать известные (данные) элементы высказывания, может быть ремоиндикатором:

2. *Alexander Bell invented the telephone, but not the telescope* (Александр Белл изобрел телефон, а не телескоп). Здесь определенный артикль употребляется с существительным, обозначающим предмет, который выражает в единичном понятии общее (generalizing function of the article), то есть имеется в виду «телефон вообще».

Как уже отмечалось, *by-phrase* является носителем нового, то есть ремы. Это подтверждается множеством примеров. Однако рассмотрим следующий пример:

3. *A year later, tantalum (Ta) was discovered by Anders Ekeberg, a Swedish chemist...*

Хотя об Андерсе Экберге упоминается впервые, это имя, по-видимому, не является новой информацией в предложении, так как в предыдущем тексте речь шла о поисках космического

металла различными учеными: 3, a. *Niobium was first isolated by Charles Hatchett, an English chemist, in 1801. Hatchett isolated a white oxide from a black mineral which had been sent to the British Museum from New England. After consulting with several other chemists, Hatchett decided the insoluble solid was a new element and named it columbium. A year later...* (Ниобий был впервые выделен английским химиком Чарльзом Хэтчетом. Хэтчет выделил из черного минерала, который был прислан в Британский музей из Новой Англии, белый оксид. ... Хэтчет решил, что нерастворимое твердое вещество – это новый элемент и назвал его колумбий...) Скорее всего, новой информацией здесь является открытие тантала, и предложение следует переводить следующим образом. Год спустя шведским химиком Андерсом Экбергом был открыт тантал.

Не всегда тема – то, что заранее известно. Это может быть что-то известное, а может быть что-то упоминаемое впервые и, тем не менее, не являющееся центром предикации. Тема – исходная, начальная точка высказывания, и не всегда что-то заранее известное.

Личный глагол, в силу сказуемости характера, обычно рематичен:

4. *In the past 30 years, knowledge of chemistry and metallurgy of niobium (Nb) has grown at a rapid rate* (За последние 30 лет знание химии и металлургии ниобия росло быстрыми темпами).

Однако глагол может быть и тематичным, если он является семантически мало информативным (глагол follow, например):

5. *According to the electronic theory an acid is an electron pair acceptor; a base is an electron pair donor. An acid is coordinatively unsaturated and will accept a share in an electron pair with the resultant formation of a coordinate covalent bond. Ionization of the product may follow.*

Из контекста явствует, что носителем ремы является существительное ionization, а глагол follow – тематичен. Следовательно, при переводе на русский язык словосочетание «ионизация продукта» нужно поставить в конец предложения. *В соответствии с электронной теорией кислота – это акцептор электронной пары; основание – донор. Кислота ... принимает часть электронной пары с последующим образованием соответствующей ковалентной связи. Может последовать ионизация продукта...*

Таким образом, из изложенного можно сделать вывод о том, что при переводе текстов на русский язык, в частности научно-технических текстов, не всегда можно полагаться на ремовыделительные средства. Для более полного понимания логики авторского изложения и соответствующей передачи его мысли при переводе необходим тщательный анализ текста с точки зрения актуального членения предложения.

#### **Библиографический список**

1. Матезиус, В. О так называемом актуальном членении предложения // Пражский лингвистический кружок: сб. ст. – М.: Прогресс, 1967. С. 239–245.
2. Кутепова, М.М. The World of Chemistry: Английский язык для химиков: учебник: М.М. Кутепова. – 3-е изд., исп. – М.: КДУ, 2005. – 256 с.
3. Степанова, Т.А. Английский язык для химических специальностей: практический курс = English for Chemists: A Practical Course: учеб. пособие / Т.А. Степанова, И.Ю. Ступина. – 2-е изд., стер. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 228 с.

**Т.А. Поскрёбышева**

#### **К ВОПРОСУ О ПОДГОТОВКЕ МАГИСТРАНТОВ К ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

Далеко не все из выпускников магистратуры и аспирантов способны самостоятельно, без помощи специалиста, найти и качественно обработать информацию, связанную с проблемой их исследования, если она представлена на иностранном языке. Это обедняет исследовательский труд, закрывает доступ к некоторой необходимой и полезной информации и отрицательно сказывается на практическом результате деятельности.

Одной из основных проблем, с которой сталкивается будущий исследователь в процессе

иноязычной коммуникативной деятельности, является наличие языкового барьера, вызванного тем, что запас лексических средств ограничен и не соответствует уровню профессиональной компетенции. Недостаточное владение грамматическими структурами иностранного языка, наиболее употребимыми в научных текстах, не позволяет в полной мере адекватно интерпретировать мысль, выраженную автором — носителем иностранного языка.

Еще одним препятствием для осуществления иноязычной коммуникации на профессиональном уровне является культурный барьер. Появление культурного барьера в иноязычной коммуникации вызвано недостаточным знанием иноязычной культуры с ее особенностями и законами. Иногда причиной межкультурного недопонимания между исследователями разных стран становятся сложившиеся стереотипы, неверные представления об иноязычной культуре, а также моральные установки коммуникантов, основанные на непринятии определенных норм и ценностных основ этой культуры.

Разрешение противоречия между необходимостью формирования иноязычной коммуникативной культуры и существующим недостаточным уровнем ее развития возможно при условии, что процесс обучения, а также взаимодействия в рамках научной коммуникативной среды, будет нацелен на формирование иноязычной коммуникативной культуры будущего профессионала, которая предполагает, что будущий специалист обладает необходимыми способностями (перцептивными, моделирующими, оценочными, дискурсивными, стратегическими), владеет основополагающими культурными нормами (языковыми, речевыми, внеязыковыми), следование которым оптимизирует процесс научной коммуникации.

Методологическими основаниями концепции служат культурологический и деятельностный подходы.

*Культурологический подход* предопределяет характер и содержание реформируемого процесса формирования иноязычной коммуникативной культуры будущего специалиста. Ориентация на культуру и ее ценности, следование принципам культуросообразности, мультикультурности и продуктивности являются основополагающим и неотъемлемым компонентом реорганизации процесса иноязычной коммуникативной подготовки будущих специалистов. Включенность магистрантов в ситуации, где представлены разнообразные культурные процессы, имеющие место в реальном научном общении, а также организация процесса коммуникативной деятельности на иностранном языке с учетом культурных особенностей, характеризующих данные ситуации, позволит достигнуть поставленных целей на пути к формированию коммуникативной культуры будущего специалиста [1].

Реализация принципа *мультикультурности* определяется разнообразием ситуаций, в которых происходит общение специалистов. Коммуниканты являются представителями различных субкультур и находятся в заданных условиях, где существуют определенные нормы, характерные для данной ситуации общения (данной культурной среды). Принцип *продуктивности* предполагает, что результатом коммуникативной деятельности на иностранном языке должен служить продукт, который может быть представлен в виде устного высказывания, письменного текста или полученной в ходе взаимодействия и общения информации [2].

Ценностная база составляет неотъемлемую часть концептуальных оснований формирования иноязычной коммуникативной культуры. Магистранты, являясь полноправными представителями мира науки и носителями определенной культуры научно-исследовательской деятельности, становятся участниками тесного взаимодействия, основанного на общении в рамках интересующей их научной проблемы.

Выходя за рамки монокультурного и монологического общения, студенты, проводящие исследовательскую деятельность, приобщаются к достижениям науки через иноязычную коммуникацию в рамках диалога культур: собственной и иноязычной. Иноязычная коммуникация — это не только общение людей, но и взаимодействие разных мировоззренческих позиций, представлений о мире, культурных традиций, негласных коммуникативных законов. Важно, чтобы это взаимодействие проходило в рамках понимания и диалога. Созданию необходимых условий для этого способствует принятие языка и общения в качестве основополагающих ценностей.



Общение расширяет возможности человека, позволяя ему анализировать не только свой собственный опыт, но и опыт других. Признание его ценности необходимо для будущего специалиста, так как практическая научно-исследовательская деятельность предполагает не только собственное видение существующей проблемы, а также того, что было сделано другими. Общение наделяет начинающего исследователя данными для анализа, фактами для рассмотрения, информацией к размышлению. Признание ценности общения, в основе которого лежит сотрудничество и взаимодействие, составляет основу развития научного знания.

Большое значение в обновлении и оптимизации процесса формирования иноязычной коммуникативной культуры приобретают ценности истины и ответственности. Любого человека, осуществляющего исследовательскую деятельность, прежде всего интересуют истинные знания, позволяющие достигнуть решения существующих проблем. Истина достигается во взаимодействии и сотрудничестве, поэтому признание ее важности составляет одну из целей формирования иноязычной коммуникативной культуры.

Не секрет, что труд ученого сопряжен с высокой степенью ответственности за предъявленные миру открытия. Ответственность будущего исследователя представлена на уровне ответственности перед обществом (современниками и потомками) и перед собой как носителем определенной коммуникативной культуры. Ответственность как одна из основополагающих ценностей, на формирование которой необходимо ориентироваться в процессе обучения, связана с общечеловеческими ценностями. Ценности истины и ответственности в рамках формирования иноязычной коммуникативной культуры будущего исследователя находятся на границе между нравственностью и стремлением к открытию нового.

Предъявляя и привнося истинные знания в науку, будущий ученый тем самым проявляет собственную профессиональную ответственность. Принятие и реализация ценности гуманизма, выраженной в сотрудничестве и признании прав другой личности, позволяет судить о готовности к иноязычной коммуникативной деятельности в рамках диалога культур.

#### *Библиографический список*

1. Крылова, Н.Б. Культурология образования / Н.Б. Крылова. – М.: Народное образование, 2000. – 270 с.
2. Силкович, Л.А. Методические принципы обучения целевому поиску информации в процессе чтения иноязычной литературы по специальности // Вестн. МГЛУ. 2003. № 2. С. 23–32.

*Е.Н. Панкратова*

### **ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В КОНТЕКСТЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»**

Современный уровень развития теории и методики обучения иностранным языкам в нашей стране и за рубежом позволяет решать актуальные проблемы, обусловленные современным состоянием социокультурного и научно-экономического развития общества.

Особое место среди этих проблем занимают теоретические и методические аспекты профессионально-ориентированного обучения английскому языку:

- а) как научного направления;
- б) обучения иностранному языку в рамках институционализированной системы образования (школа – неязыковой вуз);
- в) как вида образовательной услуги.

Это особое место определяется следующими социально-экономическими тенденциями:

- 1) стремлением России войти в Европейское образовательное пространство и вытекающее из данного обстоятельства требование унификации образовательных стандартов;
- 2) выходом университетов в глобальное образовательное пространство и требованием конкурентоспособности отечественного высшего технического образования;

3) превращение интеллекта и интеллектуальной собственности в разновидность капитала на глобальном рынке и повышение требований к качеству вербализации готового научного результата при его воплощении в тексте;

4) неэффективности автократического развития национальных систем образования в современных условиях и потребностью в освоении международного опыта;

5) необходимостью обретения каждым российским университетом уникального международного профиля в отношении и предлагаемых им образовательных направлений, программ и услуг;

6) потребностью в точечной профессиональной переподготовке кадров, дополнительной подготовке студентов по требованиям и заказам компаний, работающих на глобальном рынке IT-технологий, что включает требования к уровню прежде всего информационной деятельности специалиста, основу которой составляет его компетентность в ESP.

В настоящее время одним из наиболее востребованных на международном профессиональном рынке являются специальности, связанные с информационными технологиями. Стремительный рост числа IT-компаний в России, развитие их сотрудничества и работы в рамках международных компаний оказывают ощутимое влияние на требования к подготовке специалистов.

Представляется целесообразным рассмотреть ряд факторов, воздействующих на уточнение и конкретизацию целей обучения иностранному языку в техническом вузе. Целевые характеристики сложных динамических систем, созданных для удовлетворения потребностей социума, характеризуются многокомпонентностью, иерархичностью и динамичностью. Релевантным основанием информационного синтеза для уточнения целей и характера обучения иностранному языку в рамках настоящей работы представляется анализ информации о доминирующей мотивации (то есть потребностях социума, академических и деловых кругов, потенциальных обучаемых) и сопоставлении её с информацией о динамике состояния высшего образования в России.

Обобщая анализ социокультурной среды науки и рассматривая потребность современного общества, отечественные исследователи в области философии делают следующие выводы:

- теоретические знания признаются одной из ведущих сил экономических перемен;
- знания являются расширяющимися и самоорганизующимися, возрастающими в результате их использования;
- в новом типе экономики недостаток природных ресурсов заменяется на расширение ресурсов нового типа, к нему относятся информация, знания, культурные ценности;
- эти ресурсы неограниченные, они могут быть потребляемы сколь угодно широким кругом лиц и на протяжении сколь угодно продолжительного периода времени;
- знания ограничены с точки зрения экологических и гуманитарных параметров [1].

Перечисленные тенденции взаимосвязаны с изменением социально-экономического контекста. По мнению исследователей в области информатики и социальных коммуникаций, информация, с социально-экономической точки зрения, является одним из основных факторов современного информационного общества (продуктом производства, товаром, предметом потребления) [2].

Информационные технологии в России стали явлением достаточно значительным. Специалисты этой сферы стали необходимы для эффективного функционирования предприятий всех отраслей научного хозяйства. По данным аналитиков, были сделаны следующие вывод: «Общая потребность российской экономики в IT-специалистах составляет в 2007 году 188 тыс. человек. Эта потребность превышает число профильных выпускников профильных образовательных учреждений в 2,7 раза» [3, с. 7].

Информационные технологии воздействуют на социокультурную среду. Современные авторы подчеркивают, что именно английский язык стал языком профессионального общения IT-специалистов различных стран. Следующая группа факторов связана с изменением научных парадигм и взглядом на образ современной науки. Современное представление о научном

познании связано с тем, что сам образ научной деятельности по выработке нового знания не ограничивается фиксацией проблемной ситуации и всего того, что традиционно составляло предмет методологии науки. Он должен включать позиции исследования субъекта деятельности, ученого. Современные отечественные философы считают, что необходима специальная работа по освоению субъектно-познавательной деятельности концептуального содержания знаний.

С учётом всех изложенных факторов характер профессионально-направленного обучения иностранному языку на старших курсах технического вуза определяется необходимостью обучать иностранному языку как когнитивно-коммуникативной (информационной) деятельности по выработке внутреннего смысла, концептов науки. Данная деятельность рассматривается как включенная в сферу научных коммуникаций и межкультурного общения. Цель обучения иностранному языку в самом обобщенном виде – дальнейшее овладение английским языком как средством информационной деятельности и межкультурной коммуникации в контексте будущей профессиональной и/или академической деятельности.

### ***Библиографический список***

1. Лебедев, С.А. Философия в математике и технических науках / С.А. Лебедев. – М: Академический проект, 2006. – 779 с.
2. Поляков, А.А. Зарубежное образование в области информационно-коммуникационных технологий / А.А. Поляков, Н.И. Мельников, А.А. Сытник. – Саратов: Изд-во Сарат. Ун-та, 2004. – 272 с.
3. ИТ-кадры в российской экономике: аналитическое исследование. – М: АП КИТ, 2007. – 44 с.

***А.А. Салтыкова***

### **К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ ЯЗЫКОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ ИТ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ**

Современное общество живет в эпоху информатизации. Информатизация – это сложный социальный процесс, связанный со значительными изменениями в образе жизни общества. Использование современных средств информатизации является существенным фактором технического прогресса, важнейшим элементом реализации творческого потенциала профессионала, поскольку позволяет накопить и сделать легкодоступными огромные объемы профессионально важной информации [1].

В современном мире практически у каждого специалиста есть доступ к огромным объемам информации на иностранном языке в сети Интернет, в связи с чем возникает необходимость для выпускника вуза понимать и уметь выделять профессионально важную информацию. Для специалистов в сфере ИТ роль иностранного, а точнее, английского языка, трудно переоценить. В определенном смысле это базовый язык. Информационные технологии развиваются стремительными темпами. Вся техническая документация первоначально появляется именно на английском языке и только позднее, и то далеко не всегда, переводится на другие языки. В ряде случаев (к примеру, среды разработки) программы и вовсе не локализируются.

Подавляющее большинство языков программирования в основе также имеют английский. Комментарии к программам пишутся исключительно на английском (кроме программ, предназначенных для использования внутри страны), поскольку если бы комментарии к программам писались в каждой стране на своем языке, то требовалось бы время на их локализацию на необходимый язык. Например, комментарии к программе на русском в Корее, вероятнее всего, не отобразятся, так как там используется другая таблица символов и русские шрифты в Корее, скорее всего, не установлены. И это одна из причин использования в сфере ИТ международного языка, понятного всем программистам. Исторически сложилось, что это английский.

При анализе основных сфер деятельности специалистов и предполагаемых ситуаций профессионального общения, в которых выпускник пользуется иностранным языком как языком специальности, столь же значимым оказывается и аспект коммуникативно-ориентированного владения иностранным языком в профессионально-значимых ситуациях межкультурного делового общения, поскольку английский язык часто оказывается необходим в ситуациях ведения совместных разработок, обмена опытом или контактов с иностранными заказчиками в этой сфере. Отсюда обучение будущих специалистов деловому сотрудничеству на иностранном языке должно быть основано на целостной концепции, включающей интегральную совокупность языкового и когнитивного знания.

Исходя из особой значимости английского языка для специалистов ИТ, в ряде российских компаний поощряется его повседневное использование, всячески поддерживается устное общение на английском, одобряется обучение английскому языку в свободное время, недельные отчеты пишутся только на английском языке и даже собеседование при приеме на работу проводится на английском.

Соответственно, специалисту в этой области необходимо владеть английским языком в достаточной мере:

- а) для поиска, систематизации, оценки и интерпретации профессионально значимой информации;
- б) оформления технической документации;
- в) деловой переписки, оформления тезисов доклада, аннотирования и реферирования статей;
- г) профессионального общения.

Осознание того факта, что владение иностранным языком становится неким ключом к профессиональному успеху современного специалиста, усиливает значимость лингвистической составляющей высшего образования вообще и технического в частности. Решение проблемы подготовки компетентного специалиста средствами, в том числе изучения иностранного языка, требует такой организации учебного процесса, при которой студент уже в стенах вуза мог бы понять значение иностранного языка и перспективу его использования в будущей профессиональной деятельности. Приступая к изучению дисциплины, студент должен понять и принять цель её изучения, определить её место в системе собственного когнитивного и личностного опыта [2].

#### ***Библиографический список***

1. Комиссаров, В.Н. Общие принципы организации обучения переводу // Методология и методика обучения переводу. – М., 2000. С. 23–33.
2. Петрунёва, Р.М. Социнженерные задачи и ФГОС третьего поколения. [Электронный ресурс]. [http://pjb.bspu.ru/data/file/petruneva\\_dulina.pdf](http://pjb.bspu.ru/data/file/petruneva_dulina.pdf)

***О.С. Зорина, Л.И. Спиридонова***

### **ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ К ИНОЯЗЫЧНОМУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ ОБЩЕНИЮ**

Сегодня в России сложилась система высшего профессионального образования с законодательно закреплёнными тремя ступенями: бакалавр, дипломированный специалист и магистр, – которая состоит из двух образовательных подсистем: непрерывной подготовки дипломированных (срок обучения – 5 лет) и двухступенчатой, обеспечивающей реализацию образовательных программ с присвоением выпускнику степени «бакалавр» (срок обучения – 4 года) и «магистр» (срок обучения – 6 лет) [1, с. 18]. Причём российское законодательство предусматривает, что профессиональное образование любого уровня должно обеспечивать получение выпускниками профессии и соответствующей квалификации. При введении и развитии многоуровневого высшего образования в России первый его цикл призван удовлетворять

массовый спрос на высшее образование, а второй – способствовать формированию профессиональной элиты и научно-образовательных кадров высшего уровня. Многоуровневая система высшего образования более всего отвечает потребностям рыночной экономики, в которой рынок труда предъявляет особые требования к мобильности рабочей силы.

В связи с этим, в отечественных высших учебных заведениях разрабатываются интегрированные учебные комплексы по отдельным дисциплинам, создаются междисциплинарные курсы, проводятся инновационные исследования по реализации образовательных систем на основе активного взаимодействия науки, академического образования и профессиональной деятельности в реальных условиях производства. Примером такого сотрудничества является совместная деятельность «ОКБМ Африкантов» и ИЯЭ и ТФ при НГТУ им. Р.Е.Алексеева. В настоящее время перспективным считается метод реализации гуманитарного образования в неразрывной связи с профессиональным специальным образованием

[2, с. 43]. Интеграционные связи фундаментализации и гуманитаризации образования являются основой формирования личности инженера с повышенным творческим потенциалом и, следовательно, речь идёт о необходимости усиления гуманитарной и фундаментальной подготовки, обеспечения междисциплинарности в обучении и подготовке специалистов.

Главная цель сегодняшнего высшего профессионального образования – вырастить не узкого специалиста, а многогранную творческую личность, целостно воспринимающую мир, способную активно действовать в профессиональной и социальной сферах.

В этом контексте чрезвычайно важно понимание вуза как социокультурной системы, функции которой не ограничиваются подготовкой человека к профессиональной деятельности. Его необходимо рассматривать как форму трансляции и воспроизводства культурных норм, ценностей, идей, культуры в целом [3, с. 45], поскольку это владение международным языком, необходимым для эффективной межкультурной коммуникации.

Реализация данной задачи в системе высшего профессионального образования позволяет в рамках дисциплины «иностранный язык» решать не только задачи дальнейшего формирования иноязычной коммуникативной компетенции, но и через работу с предприятиями, сайтами, печатными изданиями и базами данных, через чтение, анализ профессиональной и научно-популярной литературы на иностранном языке знакомить студента с коммуникативной стороной выбранной профессиональной деятельности, эффективными стратегиями письменного и устного общения в профессиональной сфере как на родном, так и на иностранном языке.

Неслучайно в качестве квалифицированной характеристики современного специалиста признаётся высокий уровень речевой культуры и культуры общения. Приобретение коммуникативной компетенции должно осуществляться в соответствии с профессиональными умениями и навыками, определёнными квалификационными характеристиками специалиста данного профиля, указанными в Государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования [4, с. 3].

Формирование коммуникативной концепции предполагает переход от информативных к активным, творческим, интенсивным формам познавательной и учебной деятельности. В таких условиях преподаватель и студент становятся равноправными партнёрами общения, где речевое партнёрство в значительной степени зависит от коммуникативного поведения преподавателя и обусловлено деятельностным характером общения.

Для успешного обучения профессиональному общению на иностранном языке необходимо использовать обучающие игры, с акцентом на деловые и ролевые игры, творческие задания, максимально приближенные к реальным, профессионально ориентированным ситуациям. Целесообразно строить аудиторные занятия в виде дискуссий, интервью, заседаний, круглых столов, конференций, презентаций, обмена деловыми письмами, информационно-аналитического поиска (в том числе и в сети Интернет) и других аналогов естественных форм коммуникации.

Особое место в процессе подготовки студентов к иноязычной речевой коммуникации занимают учебные игры – деловые, ролевые, имитационные, которые обладают моделирующим

потенциалом реальной действительности и служат для приобретения обучающимися умений и навыков речевой деятельности как в общекультурном, так и в профессиональном плане.

Ролевая игра обладает множеством возможностей для формирования и развития коммуникативной компетентности, так как является самой точной моделью общения, предполагает усиление личностной сопричастности участников ко всему происходящему, способствует расширению ассоциативной базы при усвоении языкового материала, повышает мотивацию к изучению иностранного языка.

Применение ролевых и деловых игр обеспечивает формирование коммуникативной компетенции в контексте будущей профессиональной деятельности, предполагающей создание обучающей среды, приближенной к реальной профессиональной деятельности будущего специалиста.

Современная концепция языкового образования в неязыковом вузе предполагает создание такой системы подготовки специалиста, которая позволит ему легко адаптироваться к динамично изменяющимся условиям профессиональной деятельности, т.е. нацелена на профессионально-ориентированное обучение иностранному языку.

При профессионально-ориентированном обучении иностранному языку необходимо акцентировать внимание на формировании дискурсивной компетенции студентов для специальных целей, так как это является одним из важнейших условий развития общей коммуникативной компетенции, а следовательно, создаёт условия для естественного профессионального общения. Поэтому логичным является ориентация обучения устному общению на овладение набором различных профессионально значимых типов дискуссий, на умение использовать их в конкретных ситуациях, а также на умение адекватно соотносить их с целями общения и особенностями языкового оформления.

Исходя из задач и требований к профессионально-ориентированному обучению иностранному языку, целесообразно уделять внимание развитию у студентов следующих умений:

- читать и анализировать тексты в рамках технической тематики, находить информацию из специально, научной, справочной литературы;
- осуществлять устный обмен информацией в ситуациях профессионального общения;
- осуществлять письменный обмен информацией, написание тезисов, докладов, статей, описание схем, явлений или процессов;
- уметь пользоваться специальными словарями, глоссариями, справочниками, базами данных, ресурсами сети Интернет в поиске значений новых слов и выражений.

Требования иноязычной профессионализации стали предъявляться и к преподавателям, которые сегодня не могут дистанцироваться от специальной дисциплины в процессе преподавания иностранного языка. Поэтому в процессе иноязычного обучения грамотно представленное компетентным преподавателем предметно-понятийное, профессиональное содержание иноязычного обучения опережает и вооружает обучающихся новой профессиональной информацией и тем самым доказывает, что иностранный язык становится средством приобретения новых профессиональных знаний и средством профессионального общения [5, с. 12].

Таким образом, для организации процесса формирования навыков эффективной иноязычной коммуникации необходимы адекватные условиям профессиональной деятельности технологии обучения, построенные как на известных, так и специфических принципах, обеспечивающих целесообразность и результативность его изучения.

#### ***Библиографический список***

1. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования. Министерство образования Российской Федерации. – М.: Изд-во Минобороны РФ, 2000. – С. 18.
2. Сластенин, В. А. Основные тенденции модернизации высшего образования // Педагогическое образование и наука. 2004. № 1. С. 43.

3. Запесоцкий, А. Какого человека должна сформировать сегодня система образования? // Высшее образование в России. 2003. № 3. С. 60.
4. Разработка критериев перечня многоуровневых образовательных программ по ВПО / И. Федоров, С. Коршунов, С. Еркович, С. Суворов // Высшее образование в России. 2006. № 5. С. 3–11.
5. Савелло, Е.В. Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия «Гуманитарные науки». 2009. №7. С. 12.

*О. С. Зорина, Н. В. Соколова*

## **К ВОПРОСУ О ПРОФЕССИОНАЛЬНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ**

Глобальные изменения в социальной жизни мирового сообщества изменили требования рынка труда, предъявляемые к специалистам различных отраслей и особенно участникам внешнеэкономической деятельности, профессионализм которых напрямую зависит от уровня и качества иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции специалиста, готового вступать в профессионально-деловое общение с представителями других культур.

В сложившейся ситуации интеграции России в мировое сообщество предъявляются требования иноязычной профессионализации и к преподавателю иностранного языка, который сегодня не может дистанцироваться от специальных дисциплин (юриспруденции, экономики, информатики, ядерной энергетики и др.). В связи с этим, возникает вопрос: как обучать тех, кто обучает иностранному языку будущих специалистов.

Для того, чтобы ответить на этот вопрос, необходимо сформулировать требования к преподавателю иностранного языка для специальных целей, расширяющему свою профессионально-методическую компетенцию за счет интеракции субъектов и интеграции объектов процесса иноязычного обучения специалистов.

«Лингвистический бум», начавшийся в России в конце прошлого столетия, символизирующий возросшую потребность в изучении иностранных языков, и прежде всего английского языка, повлек за собой избирательный интерес к преподавательскому корпусу, способному удовлетворить разнообразные, в том числе и профессионально-ориентированные, иноязычные образовательные потребности обучаемых.

Процесс обучения иностранному языку профессиональной направленности является наиболее благоприятным условием реализации общепризнанного в настоящее время личностно-ориентированного подхода, «повышающего статус обучаемого в образовательном процессе», так как профессиональная компетентность в смоделированных в учебных условиях ситуациях будущей профессиональной деятельности у обучающихся значительно выше, чем у преподавателя-лингвиста [1, с. 336].

В связи с этим, преподаватель должен иметь четкое представление о том, в какой степени учащиеся его группы готовы к выполнению незнакомых им прежде заданий и упражнений; склонны к активному выбору; последовательны в достижении поставленных целей; проявляют интерес к языковым тонкостям и нюансам значений; готовы к преодолению трудностей в общении, еще не владея языком в достаточной степени; связаны в своей профессиональной деятельности со специальной терминологией; имеют способности к изучению иностранных языков; коммуникативны и готовы к контакту с незнакомыми людьми; обладают достаточной уверенностью в своих силах для решения трудных задач; готовы к освоению новых методик и принятию новых идей, для чего требуется привлечение современных педагогических технологий, средств обучения и, в том числе, расширения компетенции преподавателя, переориентации его сознания на ценности, адекватные характеру творческой педагогической деятельности.

Совершенно очевидно, что, наряду с языковой, психолого-педагогической подготовкой будущего учителя иностранного языка, методическая грамотность, основы которой закладываются в вузе, играет важнейшую, если не ведущую роль. В комплекс методических

умений включены такие виды, как проектировочные, адаптационные, организационные, мотивационные, коммуникативные умения, умения контроля и самоконтроля, познавательные и вспомогательные, которые в совокупности и составляют основу, стержень профессиональной методической культуры учителя [2, с. 182].

Для того чтобы показать, что функции преподавателя языка для специальных целей значительно шире, чем преподавателя общего иностранного языка, достаточно выделить общие и отличительные черты у преподавателей специальных и лингвистических групп:

- наряду с тем набором навыков, которым должен обладать преподаватель иностранного языка как в лингвистическом, так и в специализированном вузе, например планировать урок, обучать основным видам речевой деятельности, презентовать грамматику и лексику, работать над ошибками и т.д., преподаватель языка для профессиональных целей для того, чтобы построить программу профессионально-ориентированного курса конкретной специальности, проводит анализ потребностей, характеризующих профессиональную сферу обучаемых, в соответствии с которыми строится специальный курс изучения ИЯ; выявляет задачи, которые необходимо достичь по окончании курса; формулирует и формирует навыки не только лингвистического, коммуникативного, но и профессионального характера; разрабатывает средства контроля сформированности лингвопрофессиональных умений, включающие проблемно-коммуникативные задания по тематике конкретной специальности;

- преподаватель языка для специальных целей должен уметь либо правильно отобрать и при необходимости адаптировать учебный материал с учетом специфики учебного заведения и уровня владения языком, либо составить или даже разработать новый, в случае отсутствия требуемого учебного материала, в то время как преподаватель общего языка пользуется в основном готовым УМК;

- расширилось понятие профессиональной компетенции преподавателей иностранного языка для учреждений высшего (среднего) профессионального образования.

Если раньше под профессиональной компетенцией преподавателя иностранного языка понимался уровень владения специальностью, который включал владение иностранным языком и методику его преподавания, то сегодня в понятие «профессиональная компетенция» преподавателя иностранного языка стали включать дополнительно и общее представление, и интерес к той профильной дисциплине, которая изучается в конкретном учебном заведении, а также владение методами обучения интегративных курсов.

Тем не менее, анализ программ по методике преподавания иностранных языков в ряде вузов (НГЛУ, НГПУ), занимающихся подготовкой (переподготовкой) преподавателей иностранных языков, показал, что данные учебные заведения не выделяют вопросы профессионально-ориентированного обучения в программах по подготовке кадров для работы в неязыковых вузах.

И в связи с отсутствием специальной системы подготовки преподавателей иностранного языка для специализированных вузов миссию их «профессионального» обучения берут на себя специальные ассоциации и объединения, которые являются научно-методическими центрами, обеспечивающими специальной литературой преподавателей, проводящими мастер-классы, семинары и встречи с авторами учебных пособий, организаторами образовательных проектов, конференций, в которых преподаватели могут обмениваться мнениями по актуальным вопросам теории и практики преподавания английского языка для специальных целей.

Впрочем, перечисленные меры, рассчитанные в основном на творческих и инициативных преподавателей, не затрагивают основной массы преподавателей ИЯ для профессиональных целей, число которых значительно превышает количество тех, кто работает в лингвистических вузах.

Экспериментальное исследование по выявлению готовности и способности выпускников НГЛУ, НГПУ преподавать иностранный язык для специалистов выявило потребность системной, официально организованной подготовки как в рамках повышения квалификации преподавателей ИЯ специализированных вузов, так и путем включения в вузовскую программу лингводидактики вопросов профессиональной лингводидактики.



Таким образом, повышенный интерес к современному состоянию подготовки квалифицированных кадров в системе высшего профессионального образования в соответствии с усложнением целей, средств и структуры учебно-познавательной деятельности приводит к пристальному изучению профессионально-методической компетенции преподавателя иностранного языка для специальных целей, которая определяется умением проводить анализ потребностей специалистов различных профилей, проектировать специальные программы-модули и соответствующие учебно-методические комплексы, а также другими умениями, требующими устойчивого интереса к конкретной специальности и активной интеракции преподавателя иностранного языка с профильными специалистами.

#### ***Библиографический список***

1. Гальскова, Н.Д. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика: учеб. пособие / Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез. – М.: Издат. Центр «Академия», 2004. – 336 с.
2. Пассов, Е.И. Коммуникативное иноязычное образование: готовим к диалогу культур: пособие для учителей учреждений, обеспечивающих получение общего среднего образования / Е.И. Пассов. – Мн.: Лексис, 2003. – С. 182.

***Т.В. Захарченко, Л.С. Исмакова***

### **ФОРМИРОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ К ДЕЛОВОМУ ИНОЯЗЫЧНОМУ ОБЩЕНИЮ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ФАКУЛЬТЕТОВ**

В последнее время наша страна развивает сотрудничество с другими странами и сообществами в экономической, социальной, культурной сферах и бизнесе. В связи с этим, возрастает потребность в специалистах, которые, наряду с качественной профессиональной подготовкой, хорошо владеют иностранным языком, знают и учитывают в процессе делового общения национально-культурные особенности стран-партнеров. Готовность к деловому иноязычному общению становится важным показателем профессионализма специалистов в любой сфере деятельности, поскольку от уровня ее сформированности зависит успешность деловых контактов с зарубежными партнерами.

Следовательно, подготовка студентов как языковых так и неязыковых факультетов к деловому иноязычному общению приобретает в современных условиях существенное значение и является составной частью профессиональной подготовки будущего специалиста.

Обусловленное социальным заказом общества иноязычное деловое общение является одной из основных составляющих содержания обучения специалистов. Вузовский курс иностранного языка носит коммуникативный характер, и его задачи определяются коммуникативными и познавательными потребностями специалистов соответствующего профиля.

Необходимо научить будущих специалистов коммуникативно-ориентированному владению иностранным языком в профессионально значимых ситуациях межкультурного делового общения. (Под коммуникативными умениями и навыками понимается, наряду с языковыми, способность будущих специалистов к принятию социокультурной специфики иносоциума и передача информации профессионально-делового характера на иностранном языке). Обучение будущих специалистов деловому сотрудничеству на иностранном языке должно быть основано на целостной концепции, включающей интегральную совокупность языкового и когнитивного знания.

Для осуществления коммуникативного делового общения студенты должны опираться на национально-специфические, культурные и коммуникативные признаки, релевантные для профессионального взаимодействия. Эти признаки ограничиваются наиболее типичными и значимыми компонентами для делового общения.

Деловое общение предполагает сформированность умений устанавливать и развивать деловые контакты, которые имеют огромное значение в межкультурном общении. Успешное

межкультурное профессиональное взаимодействие членов деловых социумов означает адекватное коммуникативное поведение в процессе взаимопознания, взаимопонимания, установления взаимоотношений профессионального сотрудничества и, следовательно, предполагает, наряду с достаточно высоким уровнем владения иностранным языком, умение адекватно интерпретировать и принимать социокультурное многообразие партнеров. Необходимо научить будущих специалистов коммуникативно-ориентированному владению иностранным языком в профессионально значимых ситуациях межкультурного делового общения.

Проблемы обучения деловому общению приобрели актуальность в последние время в связи с тем, что существенно изменились потребности общества в специалистах с высшим образованием. Высшие учебные заведения вступили в конкурентную борьбу за студента и постоянно совершенствуют учебные планы, предлагают абитуриентам новые учебные программы. Решения этой проблемы связано с определенными трудностями, которые вытекают из неопределенности самого понятия «деловое общение».

Под деловым общением подразумевают язык деловых сфер общения и зачастую подменяют предмет обучения профессиональным языком экономистов, финансистов, секретарей и т.д. Деловое общение – это речевые стереотипы, принятые в общении в сферах производства, управления и администрирования, а также устные тексты, в основном стереотипные, которые используются в стандартных ситуациях делового общения: знакомство, предварительная беседа о возможном сотрудничестве, переговоры, спор, заключение договоров и соглашений.

Таким образом, совершенствование навыков межкультурного делового общения между специалистами разных культур и стран ставит вопрос о формировании личности, владеющей основами делового межкультурного общения, тем самым способствуя реализации стратегии сближения инокультурных знаний между представителями разных деловых культур и подготавливая их к более адекватному восприятию различных форм профессионального взаимодействия.

*А.Б. Рождественская*

## **ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА СО СТУДЕНТАМИ КОММУНИКАТИВНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ: ПРОБЛЕМЫ И СПЕЦИФИКА**

В данной работе автор рассматривает некоторые особенности организации учебно-воспитательного процесса студентов коммуникативных специальностей в рамках обучения иностранному языку. Не вызывает сомнений, что иностранный язык как учебная дисциплина способствует формированию и развитию коммуникативности студентов,

Действующая коммуникативная методика обучения английскому языку обучает студентов грамотному и успешному общению не только в аудиториях, но и в повседневной жизни.

Каким же образом происходит непосредственное развитие навыков общения в процессе обучения английскому языку?

Обучение английскому языку студентов коммуникативных специальностей в НГТУ им. Р.Е. Алексеева осуществляется на базе учебно-методических комплексов, предложенных британским издательством Longman, а также на базе учебных пособий, созданных преподавателями НГТУ им. Р.Е. Алексеева применительно к той или иной специальности. Данные УМК предлагают определённый набор лексических и грамматических средств, который активно используется студентами в процессе общения на занятиях. При выполнении упражнений, используя данные лексико-грамматические средства, происходит процесс обучения студентов общению.

Следует отметить тщательно организованную практическую цель обучения иностранному языку, общению на иностранном языке, которые являются самыми важными умениями в современном обществе. Практические и воспитательные цели прослеживаются на каждом этапе обучения различным видам речевой деятельности.

Процесс обучения грамматике строится следующим образом. Сначала студенты активно употребляют в устной речи новые грамматические явления и только после их правильного употребления знакомятся с правилами употребления той или иной грамматической структуры. Таким образом, обучение строится от практики к теории, подчёркивая практическую направленность обучения как самую главную цель любого современного процесса обучения.

Процесс формирования коммуникативной компетенции студентов осуществляется также в ходе обучения лексической стороне речи. Студентам предлагаются слова и выражения официального, разговорного и делового стилей общения, принятых в современном обществе. В зависимости от ситуации общения происходит практика употребления этих лексических средств, т.е. происходит совершенствование навыков общения. Общение студентов выходит на новый качественный уровень, демонстрируя, что студенты умеют выбирать и использовать в речи лексико-грамматические средства исходя из ситуации общения.

Специально отобранные для этой цели грамматические структуры, например, косвенные вопросы из курса делового английского языка, имеют также большое воспитательное значение. Студенты учатся извлекать интересующую их информацию и не выглядеть при этом грубыми и бестактными. При этом осуществляется процесс формирования культуры общения, языковые и речевые умения формируют успешную коммуникативную технологию. Если принять во внимание отечественную теорию о переносе навыков, то хорошо сформированные навыки иноязычного общения студенты должны переносить на повседневное общение на родном языке.

В рамках обучения английскому языку у студентов также активно развиваются и общие учебные умения и навыки, что имеет большое воспитательное значение для формирования культуры обучения и культуры отношения к обучению. В рамках курса английского языка студентам даются полезные советы о том, как лучше запоминать новые слова, где можно найти дополнительную информацию по предмету. Такие советы объединяются в рубриках «Обучение для жизни» и имеют практическую направленность.

Отдельно следует остановиться на процессе формирования коммуникативности и культуры письма, которые являются наиболее важными для молодых людей в эпоху SMS-сообщений и электронной почты. При обучении письму приходится сталкиваться с проблемами отрицательного переноса навыков общения с родного языка на иностранный язык. Следует отметить, что повседневное общение студентов, применяющих современные средства общения, не всегда осуществляется на должном культурном уровне. Опасность переноса навыков повседневного общения на иной уровень, принятый в другой среде, может иметь самые неприятные последствия. Для решения этой важной проблемы курс английского языка предлагает следующие технологии повышения культурного уровня студентов.

Самым подробным образом студентов обучают, как писать письма и электронные сообщения в официальном, неофициальном и деловом стилях.

Теоретический материал включает в себя лексические единицы, грамматические структуры, свойственные разным стилям общения, а также этапы написания писем и электронных сообщений.

В достаточной мере вниманию студентов также представлены различные упражнения для формирования навыков письма.

Некоторые студенты неправильно применяют Internet-ресурсы при выполнении письменных заданий, полагая, что представленные, готовые образцы заданий смогут заменить правильное употребление изученного лексического и грамматического материала. Применяемые преподавателями УМК практически исключают такую возможность, заставляя студентов работать самостоятельно.

Проблемы в организации учебно-воспитательного процесса возникают при контроле знаний, умений и навыков, который осуществляется в форме тестов. Тесты как средство

контроля являются изобретением зарубежной методики и иногда вызывают не совсем адекватную реакцию у некоторых студентов. Одни студенты предпочитают работать самостоятельно, с удовольствием проверяя свой уровень знаний, другие предпочитают списывать, лишая себя возможности повторить и систематизировать изученный материал. Это происходит от недостаточного уровня развития коммуникативности студентов так как само понятие коммуникативности включает в себя умение правильно понимать, что хотят от тебя другие участники общения, правильно понимать цель выполняемых заданий. Несмотря на данную проблему, исключить тесты как средство контроля из процесса обучения студентов коммуникативных специальностей невозможно. Различные виды тестов прочно заняли своё место в современной жизни и лишая студентов тренировки в написании тестов было бы не совсем правильно. Сегодня многие работодатели требуют от соискателей прохождения тестирования на различные качества и умения.

Таким образом, процесс обучения соответствует современным социальным требованиям. Но контроль знаний, умений и навыков студентов коммуникативных специальностей выходит за рамки тестов, ибо уровень сформированности навыков устной речи невозможно проверить указанным способом.

При организации учебно-воспитательного процесса активно применяются материалы, разработанные преподавателями кафедры «Иностранные языки приборостроительных специальностей». Следует отметить, что эти материалы содержат ценную информацию по специальным дисциплинам для студентов коммуникативных специальностей, а также серию упражнений, позволяющих проверить уровень сформированности устной речи студентов.

Такова, на взгляд автора, основная специфика организации учебно-воспитательного процесса со студентами коммуникативных специальностей в НГТУ им. Р.Е. Алексеева.

*Е.Н. Каракозова*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ НАВЫКОВ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

Анализ научных литературных источников показывает, что стимулирование учебной деятельности студентов в основном осуществляется с помощью методов интерактивного взаимодействия, мультимедиа, ролевых игр, которые, безусловно, активизируют, вызывают интерес. В то же время во взаимодействие вступают лишь отдельные студенты, которые знают больше, чем другие сокурсники, дело в том, что у студентов в процессе обучения иностранному языку возникает множество разнообразных психологических барьеров, обусловленных как внутренними, так и внешними факторами. Эти факты позволяют утверждать, что иностранный язык как учебный предмет, хотя и является по своей природе средством коммуникации, не может обеспечить в достаточной степени мотивацию общения у студентов.

Формирование мотивации в общении происходит путем установления и развития определенных коммуникативных умений (налаживание контакта, развитие уверенности в себе и формирование самосознания).

В теории межличностных отношений В. Шутса (1993 г.) делается попытка объяснить межличностное поведение индивида на основе трех потребностей: *включения* (присоединение), *контроля* и *аффекта* (открытость). Эти потребности развиваются в детстве во взаимодействии ребенка со взрослыми, прежде всего с родителями. Сформированные в детстве эти способы поведения продолжают существовать и в зрелом возрасте, определяя в целом типичные особенности ориентации индивида в социальной среде.

Потребность *включения* – это потребность создавать и поддерживать удовлетворительные отношения с другими людьми, на основе которых возникают взаимодействие и сотрудничество. «Присоединение имеет отношение к объединению людей – принадлежности, преданности, бытию "вместе". Присоединение не требует таких сильных эмоциональных связей как открытость» [3, с. 116]. С точки зрения самооценки, данная

потребность проявляется в желании чувствовать себя ценной и значимой личностью, нравиться, привлекать внимание и интерес, в стремлении добиться признания. Быть человеком, непохожим на других, т.е. быть индивидуальностью, – другой аспект потребности включения.

Потребность в контроле определяется как потребность создавать и сохранять удовлетворительные отношения с людьми, опираясь на контроль и силу как необходимость чувствовать себя компетентной и ответственной личностью. «Потребность в контроле варьируется по двум составляющим: мое желание контролировать других или нежелание контролировать других, и мое желание быть или не быть контролируемым» [3, с. 117]. Степень контроля в отношениях зависит от психологических характеристик человека, а именно? насколько компетентным, адекватным и уверенным чувствует себя человек.

Потребность в открытости (аффекте) определяется как потребность создавать и поддерживать удовлетворительные отношения с другими людьми, опираясь на любовь и близкие, теплые эмоциональные контакты. На эмоциональном уровне она проявляется в способности индивида любить других людей и в осознании того, что он любим другими в достаточной степени, что он достоин любви.

Порядок развития отношений определяется понятием «межличностный цикл опыта», который ввел Дж. Зинкер. Он включает в себя пять стадий, которые могут перекрывать друг друга. Это деление искусственное, оно дает понимание того, что происходит с отношениями в начале, середине и конце взаимодействия между двумя партнерами.

Стадии межличностного цикла логически и по смыслу последовательно сменяют друг друга. При этом каждая стадия содержит в себе элементы всех других стадий. Итак, межличностный цикл опыта состоит из следующих стадий: осознание, действие, контакт, разрешение-завершение и выход из контакта.

Межличностное осознание существует до взаимодействия. Люди, объединенные в систему, живут по отдельности, со своими собственными ощущениями, эмоциями, мыслями, воспоминаниями и надеждами. Некоторые ощущения, мысли и чувства довольно легко высказать; другие могут быть неясными, и человеку стоит немалого труда выразить их словами; некоторые переживания могут быть понятны одному и непонятны другим. Если «осознание происходит редко и носит эпизодический характер, энергии для действия будет производиться мало, и контакт будет поверхностным» [2, с. 36].

В фазе действия (энергии) возбуждение, или энергия, продолжает нарастать и организовывать осознание таким образом, чтобы желания или намерения участников проявлялись ясно. Если общий интерес пробуждает достаточно энергии для разрешения проблемы, то отношения на этой стадии могут продвигаться дальше к контакту. Поэтому важно, чтобы индивиды воздействовали на друг друга активно. «Здесь необходимы восприимчивость и интерес к предложениям, умение давать и брать поддержку и гибко переходить от серьезности к легкости во взаимодействии друг с другом» [2, с. 36].

При успешном прохождении стадии действия отношения переходят на стадию контакта. Так, на стадии контакта «отношения либо укрепляются и углубляются, если реализуются совместные интересы и желания, либо расшатываются и сворачиваются, если совместные интересы не удовлетворяются» [2, с. 37].

В фазе разрешения-завершения партнеры рассматривают все, что произошло с ними, и находят способы выразить свои переживания в поисках общего взаимопонимания и согласия. Происходит постепенное снижение энергии, что способствует угасанию интереса и возбуждения – взаимодействие завершается. Как добавляет Е.И. Середа (2006 г.): «чем сильнее чувства, интерес и желания, тем больше времени и внимания требуется для стадии завершения-разрешения».

Стадия выхода маркирует конец цикла. «Во время паузы, образующейся между циклами, люди могут отдохнуть друг от друга и побыть наедине с собой. У любого человека должна быть возможность не только контактировать с людьми, но и выходить из этого контакта – сначала чувствовать близость, а затем “выходить” из нее» [1, с. 88].

Успешное прохождение межличностного цикла, с позиций гештальт-подхода, по мнению Е.И. Середы, приводит к более зрелому уровню в развитии отношений, в том числе, включая и отношения в системе «учитель-ученик». Целью обучения иностранному языку сегодня является формирование коммуникативной компетенции, т.е. компетенции общения. Основным действием, с помощью которого осваивается иностранный язык, является процесс общения, речевая коммуникация. Готовить учащегося к участию в процессе иноязычного общения нужно в условиях иноязычного общения, созданных на занятии. Это и определяет сущность коммуникативного общения, которая заключается в том, что процесс обучения является моделью процесса общения. В процессе коммуникации происходит не только освоение языковых средств, но и обмен мыслями и чувствами. Чтобы общение на иностранном языке было продуктивным, необходимо формировать определенные коммуникативные умения и качества личности у обучаемых.

#### ***Библиографический список***

1. Зинкер, Дж. В поисках хорошей формы: Гештальт-терапия с супружескими парами и семьями: [пер. с англ.] / Дж. Зинкер. – М.: Класс, 2000. – 320 с.
2. Середа, Е. И. Практикум по межличностным отношениям: помощь и личностный рост / Е.И. Середа. – СПб.: Речь, 2006. – 224 с.
3. Шутс, В. Глубокая простота / В. Шутс. – СПб.: "Роза мира", 1993. – 218 с.

***Н. В. Соколова, К. М. Чиркунов***

### **МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ**

Общепедагогические и общедидактические методы обучения в профессиональной лингводидактике получают в последнее время свое целевое звучание. И, руководствуясь принципами селективности и интегративности, в данном контексте отобраны только те (специфические) методы, которые используются в профессионально-ориентированном обучении. При этом критериями отбора методов и форм профессионально-ориентированного обучения служат как указанные принципы, так и разработанный компонентный состав иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции.

Все это дает основание предполагать, что наступило время, когда ведущим методом, способным ответить на вызовы современного общества, требующего адекватных решений социально-экономических, культурологических, образовательных и профессиональных проблем, становится профессионально-ориентированный подход, изучением которого занимается новая отрасль лингводидактики – профессиональная лингводидактика.

Выявлено, что процесс обучения иностранному языку для профессиональных целей строится на разумном комплексе нескольких основополагающих подходов:

- *системно-деятельностный* – который рассматривается не как раньше: «сумма лексики и грамматики» – а пронизывает все аспекты учебного процесса: структуру, содержание основного курса обучения, методику проведения всех видов учебных занятий, содержание дидактических материалов;
- *коммуникативно-функциональный* – при использовании языка на функциональном уровне с учетом конкретной профессии наиболее четко проявляет тенденцию приблизить процесс обучения к деятельности человека;
- *межкультурный подход* – в соответствии с принципом селективности, ориентирует на отбор того минимума социокультурной, лингвострановедческой и межкультурной информации, который позволит осуществлять профессиональную коммуникацию на достаточном культурологическом уровне;

- *личностно-деятельностный* – положен в основу современного российского образования, а изначально был сформулирован применительно к обучению иностранному языку. В соответствии с ним, основой учебного процесса становится не только усвоение знаний, но и способы этого усвоения, развитие познавательных, творческих и профессиональных способностей личности.

В профессиональном образовании получил распространение разработанный А.А. Вербицким *контекстный метод*, в котором с помощью всей системы дидактических форм, методов и средств моделируется предметное и социальное содержание будущей профессиональной деятельности специалиста, а усвоение им абстрактных знаний как знаковых систем наложено на канву этой деятельности и воссоздаются фрагменты производства и производственных отношений; привлекается производственный материал для создания проблемных ситуаций, осуществляется курсовое проектирование по реальной тематике, используются тренажеры, методы решения ситуативных задач, имитационное моделирование, разыгрывание ролей, деловые игры.

Изучение важнейших категорий теории проблемного обучения: проблемной ситуации, учебной проблемы, гипотезы, доказательств, познавательной самостоятельности, раскрывающих сущность *проблемного метода*, который заключается в создании цепи проблемных ситуаций и управлении деятельностью обучаемых по самостоятельному решению учебных проблем – позволило рассматривать его как неотъемлемый компонент при формировании системы упражнений учебных пособий и коммуникативных контрольных заданий профессиональной направленности.

Анализ возможностей дидактического процесса для развития иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции показал, что к технологиям, активизирующим профессиональную деятельность обучающихся, относят следующие:

- *диалоговые технологии* обучают стратегиям, используемым в процессе общения для достижения запланированного коммуникативного результата. В основе диалога лежит учебная проблема и система соподчиненных проблем. Приоритет здесь принадлежит устному изложению дискуссионного, диалогического характера. Данная технология оказалась востребованной для развития навыков делового общения и сотрудничества, умения убеждать, успешного ведения деловых переговоров, умения работать в команде и умения контролировать, которые используются в *деловых беседах*, представляющих собой форму устного обмена информацией между несколькими людьми, является важным элементом таких процедур, как оформление на работу и увольнение сотрудников, прием посетителей, консультирование, деловые переговоры, встречи;

- *игровые технологии* помогают не только изображению коммуникативных актов от элементарных до сложных, но и формированию необходимых профессиональных качеств. Различают ролевые и деловые игры. *Ролевая игра* позволяет студентам развивать и практиковать общие коммуникативные и профессиональные навыки. Под *деловой игрой* как одной из разновидностей ролевых игр понимают «имитацию ситуации профессионального общения, реализуемого средствами иностранного языка» (И.А. Жучкова, Л.Л. Графова);

- *проектные технологии* предполагают решение определенной проблемы в результате самостоятельных действий студентов. Установлено, что *метод проектов*, который проходит через русло многих теоретических концепций: ассоциативно-рефлекторной теории (С.Л. Рубинштейн), теории поэтапного формирования умственных действий (А.А. Леонтьев, П.Я. Гальперин, Н.Ф. Талызина и др.) – является одним из современных методов, который внедряется в практику профессиональной подготовки;

- *компьютерные технологии* позволяют адаптировать новые информационные технологии к индивидуальным особенностям обучающихся;

- *интеграционные технологии* базируются на межпредметных связях и повышают общекультурный и научный потенциал подготовки специалиста.

Внедрению в практику учебного процесса таких форм научно-исследовательской деятельности студентов по ИЯ, как конкурсы научных работ, переводов и рефератов по

специальности, олимпиад, викторин, проектов, публичных выступлений, показало, что научные семинары и конференции формируют способность будущих специалистов эффективно использовать зарубежный опыт, извлекать информацию из специальной литературы, готовность эффективно сотрудничать в профессиональной сфере, используя иностранный язык.

Конференция становится одним из средств обучения, включающего иностранный язык в общую систему подготовки творчески направленного специалиста, формирующего профессиональные качества на основе междисциплинарности, функциональности, селективности, интегративности, интерактивности и проблемности.

Установлено, что профессиональная лингводидактика не только заимствует методы педагогических наук, но и вносит свой вклад в теорию профессионального обучения. Так, апробированные в лингводидактике в сфере профессиональной коммуникации методы обучения деловому общению на иностранном языке (деловые встречи, переговоры, презентации, ведение деловой документации и корреспонденции: написание деловых писем, факсов, составление контрактов, договоров и т.п.), а также требования учета культурологических особенностей страны, с представителями которой специалисты вступают в профессионально деловые контакты, стали неотъемлемыми компонентами курса профессиональной педагогики.

Определено, что процесс обучения иноязычной речи в сфере профессиональной коммуникации чрезвычайно многомерен, синтезируясь и преломляясь через специфику объекта, создает основу новой научной дисциплины, возникающей на стыке таких наук, как дидактика, профессиональная педагогика, лингвистика, профессиональная психология и психолингвистика, теория коммуникации, специальный предмет и другие, расширение знаний о которых происходит средствами иностранного языка.

Проведенный анализ соотношения профессиональной лингводидактики с близкими к ней педагогическими дисциплинами (методикой, дидактикой, лингводидактикой и др.) показал необходимость расширения отраслей или разделов лингводидактики, так как функции упомянутых наук не в полной мере коррелируют с потребностями развивающегося профессионально-ориентированного обучения ИЯ, и подтвердил, что выбор в данном контексте молодой науки – лингводидактики, которая, по утверждению многих ученых, является общей теорией овладения языком, а языковая личность – ее центральной категорией – ознаменовал укрепление теоретических основ интегративного процесса профессионально-ориентированного обучения иностранному языку.

#### ***Библиографический список***

1. Артамонова, Л.С. Подготовка студентов гуманитарных вузов в сфере иноязычной профессиональной коммуникации // Гуманизация образования. 2008. № 2.
2. Реформирование высшей школы: концепция новой образовательной модели // Высшее образование в России. 2008. № 2.

***К. А. Лукьянова***

#### **ЯЗЫКОВОЕ ВЫРАЖЕНИЕ КАТЕГОРИЙ КОЛИЧЕСТВА, КАЧЕСТВА И МЕРЫ (НА ПРИМЕРЕ ИЗУЧЕНИЯ СОПОСТАВИТЕЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В КУРСЕ РКИ)**

Этническое мышление существует в логических формах понятий, суждений, умозаключений. Поскольку логические формы не могут быть эксплицированы иначе, как в формах естественного языка, то язык, прежде чем соотноситься каким-то образом с мышлением, должен соотноситься с ним через логические формы. То есть мышление реализуется в определенных синтаксических формах, в которых выражены формы мысли. Логика выступает посредствующим звеном между мышлением и языком, то есть логика связана с мышлением не непосредственно, а только через языковые формы.

Подобным образом определяется и место языка по отношению к логике и мышлению: язык как наука о синтаксических и семантических формах, в которых протекает процесс



коммуникации, выступает посредствующим звеном между мышлением и логикой, то есть язык связан с мышлением не непосредственно, а только через логические формы.

Таким образом, языковые формы нельзя отделить от логических: они не существуют вне этих форм.

Действительность в мозгу каждого человека, говорящего на своем национальном языке, отражается одинаково логически, но по-разному в семантико-грамматических формах каждого отдельного языка. В этом смысле задачей учащегося, изучающего иностранный язык, становится разглядеть за индивидуальной семантико-грамматической формой (которая, возможно, отсутствует в его языке) определенное, хорошо знакомое ему логическое содержание. И наоборот: хорошо представляя логическое содержание предложения, учащийся должен представлять себе набор семантико-грамматических конструкций изучаемого языка, из которых соответственно ситуации он может выбрать одну.

Одними из основных категорий диалектической логики являются категории качества, количества и меры. Способы выражения категорий качества, количества и меры в языке разнообразны. Некоторые из них можно увидеть на примере изучения предложений сопоставления в курсе РКИ (русского как иностранного).

Осознать значение данных категорий иностранным учащимся может помочь изучение двух видов сопоставительных предложений. Кроме сопоставительных предложений несходства, которые не интересуют нас в данном случае (*Москва – столица России, а Киев – Украины*), в русском языке встречаются предложения степени признака (*Волга длиннее Енисея*) и сопоставительные предложения равномерности изменения признаков (*Чем старше человек, тем он мудрее*).

Иностранные студенты всех специальностей, а особенно технических, в силу изучения ими большого количества технических дисциплин, должны хорошо оперировать логическими категориями количества, качества и меры и знать способы выражения данных категорий в речи. При проведении констатирующего эксперимента мы выяснили, что иностранные учащиеся продвинутого этапа обучения легко используют в речи сопоставительные предложения степени признака, например, *Петр выше Ивана*, но совсем не используют предложения равномерности с союзами *чем ... тем, насколько ... настолько (сколько ... столько), по мере того как* (несмотря на то, что изучение предложений с этими союзами включено в программу первого сертификационного уровня).

В рамках изучения сопоставительных предложений степени признака учащимся могут быть предложены следующие типы заданий, условно разделенные на несколько групп.

1. Образование форм сравнительной степени прилагательных и наречий.
2. Разделение прилагательных на относительные и качественные. Образование сравнительной степени от качественных прилагательных.
3. Сопоставление предметов по степени присущего им признака, например, *дорога/тропинка* (ширина).

Кроме первой модели количественно-сопоставительных предложений учащиеся должны активно использовать и вторую (с союзом *чем*) как синонимичную. Необходимо при этом обратить внимание студентов на то, что в количественно-сопоставительных предложениях с союзом *чем* слова, называющие сопоставляемые предметы, должны иметь одинаковую форму (падежи, предлог). *Волга возле Астрахани шире, чем возле Нижнего Новгорода*.

Сопоставительные предложения равномерности изменения признаков, в отличие от рассмотренного типа предложений, имеют более сложную логическую структуру. Они могут выражать не только суждения, но и индуктивные умозаключения.

В логике широко известен индуктивный метод сопоставительных изменений. Метод сопутствующих изменений – умозаключение о причине – формулируется следующим образом: если изменение того или иного из предшествующих явлению обстоятельств всякий раз вызывает соответствующее изменение самого явления, то именно это обстоятельство и является причиной (или частью причины) данного явления.

Меняя цвет грунта в аквариуме (темный, желтый, красный) и обнаруживая через некоторое время соответствующее изменение окраски рыбок, мы улавливая причинную связь одного с другим. Аналогично можем показать зависимость плотности газа от температуры [1, с. 198, 199]. В языке зависимость, о которой пишет Свинцов, выражается часто именно предложениями сопоставления с союзами *чем... тем, насколько ... настолько и по мере того как* (*Чем больше температура газа, тем выше его плотность*).

При изучении предложений подобной структуры учащимся важно помочь увидеть зависимость одного явления от другого, выражаемую в данном типе предложений. Здесь поможет трансформационный метод. Отношения условной зависимости, отражаемые, например, в предложениях с союзом *чем ... тем, насколько... настолько*, обнаруживаются при такой замене: *Чем больше сторона квадрата, тем больше его площадь – Если увеличивать сторону квадрата, то увеличится и его площадь*. Примечательно, что предложения с союзом *сколько ... столько* не трансформируются в условные, по причине того, что выражают абсолютное равенство в мере признаков, а не меру их равных изменений.

Предложения с союзом *по мере того как* трансформируются в предложения с союзом *когда*. Однако нужно обратить внимание учащихся на отсутствие полной смысловой синонимии подобных предложений. В трансформированных предложениях с союзом *когда* значение пропорционального изменения признаков вытесняется значением времени (*По мере того как увеличивается скорость тела, увеличивается его кинетическая энергия → Когда скорость тела увеличивается, увеличивается и его кинетическая энергия*).

Для закрепления данного материала учащимся могут быть предложены следующие группы заданий.

1. Нахождение сопоставляемых явлений и их анализ, т.е. ответ на вопрос, как соотносятся сопоставляемые ситуации.

- для предложений с союзом *по мере того как*:
  - одновременно или в разное время происходят действия;
  - постепенно или сразу происходят действия.
- для предложений с союзом *чем... тем*:
  - сопоставительные признаки изменяются пропорционально;
  - сопоставительные признаки изменяются обратно пропорционально.
- для предложений с союзом *насколько... настолько (сколько... столько)*:
  - сопоставляемые явления обозначают равенство в мере признаков;
  - сопоставляемые явления обозначают пропорциональное соответствие.

2. Соединение простых предложений в сложные.

3. Трансформация сложных предложений в простые с использованием предлогов по мере (чего), с (Тв.п.), при (П.п.), во время (чего).

Таким образом, сопоставительные предложения на занятиях РКИ могут быть рассмотрены не только как единицы русского синтаксиса, но и как структуры, отражающие определенные мыслительные категории. Данный подход является первым шагом к формированию мышления на иностранном языке.

---

1. Свинцов, В.И. Логика / В.И. Свинцов. – М.: Высшая школа, 1998.

**В.И. Тезиков**

## **ЧТО ТАКОЕ «ВЛАДЕНИЕ ЯЗЫКОМ»?**

Этот вопрос часто задают студенты на занятиях по иностранному языку. Давайте разберемся, что же это такое.

Прежде всего, это владение сложным набором фундаментальных психофизических моделей – моделей словообразования и правил, по которым образуются фразы и предложения, например, предложение «Я тебя люблю.» можно трансформировать в следующий образец: «Подлежащее (Subject, S) + прямое дополнение (Object, O) + сказуемое (Predicate, P)» → S + O + P, опираясь на который, можно образовать сколько угодно русских предложений: «Я её люблю. Я Машу люблю. Он жену провожает.» и т.п.

Приведем пример на английском языке:

“The hunter chained a tiger to a pole” → S + P + O1 + O2 (Охотник привязал тигра к шесту).

Порядок слов в английском предложении изменить нельзя (ср. в русском примере «Я тебя люблю» = «Люблю тебя я» = «Я люблю тебя»), иначе изменится смысл: “A tiger to a pole chained the hunter” (т.е. некий тигр привязал к шесту известного вам охотника).

Набор формообразовательных моделей специфичен для каждого языка, хотя возможны параллели:

“I love you” = «Я тебя люблю».

Трудно сказать, как долго и каким образом формировался сложный механизм распознавания смысла чужой речи и порождения собственных высказываний, хотя написано об этом немало.

Однако у восприятия и порождения речи есть нечто общее: и в том, и в другом случае человек проговаривает речевое содержание – своё собственное (когда говорит, то во внешней речи, а когда пишет, то во внутренней), либо чужое, хотя не всем это кажется очевидным.

В действительности же установлено, что в процессе слушания или чтения активизируется речеслуходвигательный анализатор – механизм актуализации речи, что находит своё выражение в малозаметном (или вовсе незаметном) проговаривании воспринимаемого извне речевого содержания.

В эти моменты работают не только механизмы слухового (при слушании) или зрительного (при чтении) восприятия (бывает, что они функционируют синхронно). Включается ещё один навык, обеспечивающий сличение полученной речевой информации с образцами – моделями в сознании человека – навык речевой кинестезии, опирающийся на ощущения от речедвижений при восприятии звуков (или графических символов).

Многим, видимо, знакомы случаи, когда неожиданно прекращается радиовещание, однако вы продолжаете какое-то время слышать диктора, т.е. воспринимать смысл.

Всем хорошо известно, что для овладения языком необходимо усвоить звуковую сторону речи, т.е. овладеть навыками говорения и слушания. Для общения этого будет вполне достаточно, хотя человек останется неграмотным, т.е. не оснащённым навыками чтения и письма.

Может показаться, что этот тезис справедлив, ведь мы знаем, с каким трудом школьники осваивают письменность на родном языке, чего уж говорить об иностранных. Но, так или иначе, имея «слабую» тройку по русскому, многие люди успешно общаются и даже иногда добиваются успехов и высоких постов. Вспомним хотя бы Первого секретаря ЦК КПСС Н.С. Хрущёва, который увенчивал официальные бумаги своей бессмертной резолюцией «Азнакомица». Другой известный деятель в слове «ещё» делал четыре ошибки: «Исчо».

При всей комичности приведённых примеров не может не настораживать прохладно-отстранённое отношение общественности к проблемам языковой грамотности. Исчезла куда-то радиопередача «В мире слов», хорошо знакомая людям моего поколения, зато активизировались попытки любителей «языковой свободы» упростить правила орфографии и орфоэпии.

Это мы уже проходили в 60-е годы, когда навязывались рекомендации писать «жжжош» и «заечий». Сейчас внимание «новаторов» переключилось на слово «кофе» («он» или «оно?»), «йогурт» (где ставить ударение?) и т.п. Но смысл споров не изменился. И всё таки суть проблемы состоит не в своеобразии частных примеров, а в общей концепции речевой грамотности, что особенно важно при обучении молодёжи.

Вряд ли кто-то усомнится в том, что человек, ещё в детстве усвоивший хотя бы основные правила грамматики и правописания, научится более адекватно воспринимать информацию, поступившую извне.

Из поля зрения часто выпадают внешние, фонетические, проявления речи, и дело не только в косноязычии, т.е. в небрежном или некорректном произнесении звуков. Реакцию отторжения у слушателей могут вызвать слишком медленный или слишком быстрый речевой темп, неприятный тембр голоса.

Это хорошо известно тем, кто профессионально связан с речью – спичрайтерам (сочинителям речей для функционеров), дикторам, актёрам. Большие проблемы были у тех советников Л.И. Брежнева, которые писали ему тексты выступлений, ведь приходилось избегать включения в тексты таких слов, которые Генеральный секретарь не в состоянии был произнести.

Итак, овладение языком невозможно без становления механизма порождения речи и извлечения смысла чужих высказываний (в ходе анализа речевых произведений и сличения их с ядерными моделями в речевом сознании индивида).

Ещё одна очень важная сторона владения языком – наличие опыта в общении с лексикой.

Несомненная истина заключается в том, что большая часть слов, скажем, русского и английского языков, совпадает по семантике (т.е. по лексическому значению), что облегчает обучение.

Русскоязычный учащийся без труда осваивает значение слов “mother”, “work”, “weather” и т.д.

Проблема состоит в том, что совпадение лексических значений имеет место не всегда, а это объясняется как различными речевыми привычками носителей языков (ср.: «выполнять работу» → “to do the work”), так и наличием разных точек зрения на, казалось бы, один и тот же предмет (ср. два высказывания: «В этой местности всегда стоит хорошая погода» и “All people have a climate, but we in England have weathers”).

Значительный по размерам сектор лексики представлен фразеологизмами – устойчивыми выражениями разного типа, незнание которых усложняет общение, некоторые из них совпадают в разных языках, другие – не совпадают.

Ср.: ловить рыбу в мутной воде → to fish in trouble waters; между молотом и наковальней ≠ between the devil and the deep blue sea

В первом примере русское и английское изречения составлены из семантически адекватных друг другу компонентов, во втором – для обозначения затруднительного положения, в которое может попасть человек, использованы совершенно разные аллегории.

Наличие в разных языках одинаковых и разных фразеологических выражений может, как это ни парадоксально, облегчить усвоение чужой лексики за счёт использования двуязычных фразеологических словарей [8].

К фразеологизмам примыкают штампы (стереотипные выражения, механически воспроизводимые в типичных речевых контекстах и ситуациях) и клише (шаблонные фразы типа «Говорит Москва»).

Овладение попарно штампами и клише двух языков сводит на нет проблематику перевода, так как незачем прибегать к сложным переводческим трансформациям, когда в наличии имеются готовые соответствия [10].

Например:

Как вы себя чувствуете? → How are you?

Как Ваши дела? → How are your things getting on?

Спасибо, хорошо. → Fine, thanks.

Наличие фразеологических соответствий в известной степени нивелирует популярную теорию проф. Л.К. Латышева о преодолении межъязыкового барьера.

Известно, что для преодоления этого барьера, т.е. для языкового перевода, необходима специальная операция – «переформулирование одной и той же мысли (т.е. одного и того же смыслового содержания) разными языковыми средствами» (А.В. Ширяев). Зачем нужна такая операция (т.е. зачем нужен перевод), когда можно прибегнуть к простой подстановке?

Л.К. Латышевым введены следующие понятия: система языка (совокупность взаимозависимых единиц языка и моделей, по которым они сочетаются), языковая норма (норма употребления единиц языка, зафиксированная в правилах, как если бы это был армейский устав), речевая норма – узус (отделяющая от массы единиц те из них, которые только и уместны в конкретном контексте общения).

Согласно этой логике, при передаче на русский язык фразы “All rights reserved”, часто используемой при оформлении печатных изданий, необходимо пройти следующие ступени: All rights reserved → Все права зарезервированы (языковая система) → Все права на публикацию принадлежат редакции (языковая норма) → Перепечатка разрешена только с согласия редакции (речевая норма).

Можно пойти более лёгким путём и найти готовые эквиваленты в справочнике. Аналогичные примеры:

Men at work → Осторожно, ведутся дорожные работы (А не: Мужчины на работе)

Pull. Push. → На себя. От себя. (Надписи на дверях) (А не: Тяни. Толкай.)

Things do happen → Всякое бывает (А не: Вещи случаются)

Проблематика овладения языком не исчерпывается вышеприведёнными примерами, она так же интересна и неисчерпаема, как и всё, что связано с интеллектуальной деятельностью человека.

### ***Библиографический список***

1. Бурлацкий, Ф.М. Вожди и советники; О Хрущёве, Андропове и не только о них... / Ф.М. Бурлацкий. – М.: Политиздат, 1990. – 384 с.
2. Варганыян, Э.А. Путешествие в слово: кн. для учащихся ст. классов / Э.А. Варганыян. – 2-е изд., испр. – М.: Просвещение, 1982. – 223 с.
3. Зимняя, И.А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке / И.А. Зимняя. – М.: Просвещение, 1978. – 159 с.
4. Зимняя, И.А. Психология слушания и говорения / И.А. Зимняя. – М.: 1973. – 425 с.
5. Клычникова, З.И. Психологические особенности обучения чтению на иностранном языке. / З.И. Клычникова. – М.: Просвещение, 1983. – 207 с.
6. Латышев, Л.К. Курс перевода (эквивалентность перевода и способы её достижения) / Л.К. Латышев. – М.: Международные отношения, 1981. – 248 с.
7. Леонтьев, А.А. Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания / А.А. Леонтьев. – М.: Наука, 1969. – 307 с.
8. Пархамович, Т.В. 1000 русских и 1000 английских идиом: словарь с пояснениями и примерами использования / Т.В. Пархамович. – 4-е изд. – Мн.: ООО «Попурри», 2003. – 128 с.
9. Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А.И. Прохоров. – 4-е изд. – М.: Сов. энциклопедия, 1989. – 1632 с.
10. Формановская, Н.И. Речевой этикет. Русско-английские соответствия: справочник / Н.И. Формановская, С.В. Шевцова. – М.: Высшая школа, 1990. – 95 с.
11. Ширяев, А.Ф. Специализированная речевая деятельность (Психолингвистическое исследование на материале синхронного перевода) / А.Ф. Ширяев. – М., 1979. – 474 с.
12. Deutsche Konversation mit Modellen. VEB Verlag Enzyklopaedie Leipzig 1971. – 256 .
13. Meyers Lexikon. A-Z. Leipzig; Bibliographisches Institut, 1976. – 1072.

***Е.П. Дупленко***

### **КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОДЕРЖАНИЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

Поставленный сегодня во главу как практического обучения, так и методической науки, компетентностный подход рассматривается как открытая многоуровневая система компетенций, которая «обеспечивает способность и готовность к межкультурному общению на иностранном языке» [1, с. 5]. При подготовке специалистов в высшей школе особое значение приобретает их

«способность и готовность использовать вторичный языковой код при решении профессиональных задач, то есть профессиональная компетенция» [2, с. 65].

Данный подход, основанный на анализе коммуникативных потребностей специалиста, позволяет выявить ситуации, в которых ему предстоит действовать в будущем, и на их основе определить содержание обучения. Если компетенции, подлежащие формированию в рамках базового курса, являются общими для студентов различных специальностей, то профессиональные компетенции определяются для каждой специальности отдельно.

Объектом рассмотрения в данной статье является определение содержания обучения студентов специальности «Связь с общественностью» с точки зрения компетентностного подхода. Профессиональные компетенции у студентов данной специальности подлежат формированию на втором и третьем этапах обучения в рамках дисциплин «Деловой иностранный язык» и «Иностранный язык в связях с общественностью».

На основе анализа современной русско- и немецкоязычной литературы по специальности «Связи с общественностью», а также бесед со специалистами в данной области была определена актуальная тематика текстов для чтения:

- стратегические цели связей с общественностью (доверие, репутация);
- аудитории, общественность и способы работы с общественным мнением. Принципы интегрированных коммуникаций;
- ориентация на клиента как тенденция современного бизнеса;
- презентационная работа в связях с общественностью;
- информационная работа в связях с общественностью (СО и работа СМИ);
- малый бизнес как перспективное направление связей с общественностью;
- связи с общественностью и реклама.

При работе с немецкоязычными специальными текстами целесообразно использовать так называемые параллельные тексты, то есть тексты на русском и немецком языках, посвященных одной теме. Это позволяет познакомить обучаемых с точкой зрения как российских, так и немецких специалистов на одну и ту же тему, а также облегчает понимание иноязычного текста, вооружая студентов соответствующей лексикой.

Анализ профессиональной деятельности специалистов в области связей с общественностью позволяет определить составляющие ее актуальные ситуации общения:

1. Ведение деловых переговоров.
2. Пресс-конференция.
3. Презентация фирмы.
4. Сообщение для прессы.
5. Социологический опрос.
6. Подбор кадров.
7. Обзор прессы на определенную тему.

В рамках указанных ситуаций может осуществляться развитие умений различных видов речевой деятельности.

Как уже было отмечено, данный подход к определению содержания обучения является открытой системой и предлагаемый перечень тем и ситуаций может быть дополнен исходя из потребностей обучаемых.

#### ***Библиографический список***

1. Ирисханова, К.М. Компетентностная модель владения и овладения иностранным языком // Компетентностный подход как основа совершенствования методики обучения иностранному языку в неязыковых вузах: проблемы и перспективы: Вестник МГЛУ. – М., 2008. Вып. 546. С. 5–17.
2. Яроцкая, Л.В. Специфика формирования коммуникативной компетенции у студентов гуманитарного профиля в лингвистическом университете // Разноуровневая подготовка по иностранному языку в вузах неязыковых специальностей: Вестник МГЛУ. М., 2006. Вып. 509. С. 60–67.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТЕНТИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ, ВЛАДЕЮЩИХ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ И ДЕЛОВОЙ СФЕРАХ**

Наибольшую трудность при обучении ИЯ в условиях отсутствия естественной языковой среды представляет научение максимально аутентичной устной речи и речевого поведения в профессиональной и деловых сферах при общении с носителями языка, в связи с этим возникает необходимость дальнейшего решения проблемы обучения устному иноязычному общению в вузе.

Ведущие лингвисты и специалисты языкознания определяли диалог как когнитивно-речевое взаимодействие, сомышление участников коммуникации, которое является основой коммуникативного процесса, необходимым условием успешной коммуникации и средством оптимизации процесса общения. Сомышление представляет собой сближение смысловых позиций общающихся, «диалог сознаний», то есть обмен в процессе коммуникации неким объемом информации, влияющим на формирование концептуальных систем участников коммуникации. В идеале – создание единого концептуального пространства, общего для адресанта и адресата, что в наибольшей степени способствует адекватному восприятию последним всей совокупности содержащейся в тексте информации; появление своеобразной «точки соприкосновения» когнитивных систем говорящего и реципиента, через которую говорящий может успешно проводить дальнейшую активизацию ментального пространства реципиента для обеспечения эффективности коммуникативного акта и возможной регуляции посткоммуникативного поведения реципиента.

Личностно-ориентированное обучение предполагает создание на основе субъектно-субъектных отношений открытой, эмпатичной коммуникативной среды, т.е. таких условий, при которых обучаемый становится активным участником образовательного процесса. Это возможно на основе подлинного интереса к содержанию предлагаемого учебного материала и оригинального, творческого способа его подачи и изучения.

Ценность такого обучения заключается в рождении импульсов к саморазвитию личности, ее инициативы, творчеству, интроспекции, формированию своей позиции. При таком взаимодействии возникает рефлексия, идет формирование или качественная перестройка мотивационной сферы личности. Развиваются и закрепляются навыки ведения дискуссии, когда имеющиеся точки зрения обсуждаются, сравниваются, принимаются личностно значимые, что позволяет преломить информацию через собственное восприятие.

В современной методике преподавания иностранных языков (ИЯ) в вузе одной из главных целей является формирование языковой личности нового типа (И.И. Халеева, Ю.Н. Караулов), способной осуществлять общение и различные виды речемыслительной деятельности в условиях социального взаимодействия с представителями иных лингвоэтносоциумов и их культур (Н.Д. Гальскова, В.В. Сафонова).

Методические наблюдения позволяют утверждать, что на начальном и среднем этапах обучения интенсивно осуществляется переход от относительно ограниченных по объему и использованному языковому материалу высказываний на заданную тему к развернутому свободному изложению своих мыслей, т.е. происходит становление говорения как вида речевой деятельности. В этот период остро чувствуется расхождение между интеллектуальным развитием студентов, их потребностью общаться как на личностно значимые для них, так и на профессиональные темы, и возможностью сделать это в соответствии с соблюдением всех языковых норм, т.е. имеет место несоответствие между содержанием и формой иноязычной речи.

Можно с определенной степенью уверенности утверждать, что одной из главных причин перечисленных трудностей является недостаточное количество дидактических материалов с системой аутентичных заданий и упражнений к текстам, имеющим профессиональную направленность, которые бы создавали мотивированную потребность в иноязычном общении.

Представляется, что одним из главных путей решения обозначенных проблем и одновременно одним из условий достижения желаемой аутентичности речи и речевого поведения студентов при отсутствии естественной языковой среды является методически эффективная организация работы с аутентичными материалами, заключающаяся в разработке системы аутентичных заданий и упражнений, способствующих созданию имитации аутентичной коммуникативной среды.

Вслед за Э.Г. Азимовым и А.Н. Щукиным, под аутентичными материалами мы понимаем «тексты, являющиеся реальным продуктом носителей языка и не предназначенные для учебных целей, не адаптированные для нужд учащихся с учетом их уровня владения языком. Аутентичные материалы характеризуются естественностью лексического наполнения и грамматических форм, ситуативной адекватностью языковых средств, отражают национальные особенности и традиции построения и функционирования текста» [1, с. 34].

Под выполнением аутентичных заданий мы подразумеваем проведение студентами социологических опросов, интервью, презентаций, дискуссий, дебатов и других творческих проектов.

Опыт преподавания показывает, что работа с журнальными и газетными статьями, текстами из рекламных буклетов и брошюр со специально разработанными упражнениями и аутентичными заданиями особенно стимулирует иноязычную коммуникацию, вызывает эмоционально-познавательный интерес, активизирует рече-мыслительную и интеллектуальную деятельность, стимулирует речевую активность и инициативность и развивает аутентичность речи и речевого поведения в профессиональной сфере.

Для данной категории обучаемых такие источники являются материалом, работа с которым имеет особое психолого-педагогическое значение в силу их возрастных и интеллектуальных особенностей, профессиональных интересов, что ведет к более выраженному личностно значимому отношению к обсуждаемым темам. Все это создает естественно-речевую коммуникацию в учебном процессе и благоприятный психологический микроклимат в группе.

#### ***Библиографический список***

1. Азимов, Э.Г. Словарь методических терминов (теория и практика преподавания языков) / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. – СПб.: Златоуст, 1999.
2. Караулов, Ю.Н. Русский Ассоциативный словарь: в 2 т. От стимула к реакции: около 7 тыс. стимулов Т.1 От реакции к стимулу: более 1000тыс. реакций. Т. 26 / Ю.Н. Караулов, Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова. – М.: Астрель, АСТ, 2002.
3. Сафонова, В.В. Книга для учителя / В.В. Сафонова. – М.: АСТ, 2009.
4. Социоллингвистика вчера и сегодня: сборник ИНИОН РАН (Теория и история языкознания), 2008.
5. Щукин, А.Н. Современные интенсивные методы и технологии обучения иностранных языков: учеб. пособие / А.Н. Щукин. – М.: Филоматис, 2008.

**А.В. Ерофеева**

#### **ОСОБЕННОСТИ ДИАЛОГИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОЦЕССЕ**

Диалогическое взаимодействие личности с социальным окружением является междисциплинарной проблемой, необходимость решения которой возникает в связи с потребностью улучшения качества коммуникации: при разработке идей и планов сотрудничества, преодолении противоречий в межличностной и профессиональной сферах, достижении согласованных целей в процессе обучения и т. д. Диалогическое взаимодействие может быть рассмотрено с позиций различных теорий коммуникации (Д. Берло, Д. Хаймс, Р. Якобсон и др.).

Цель настоящей статьи – представить речевые и психологические особенности учебного диалога как коммуникации (передача готовой информации) и как общения (совместная деятельность по выработке новой информации).



Термин "диалог" в языкознании обычно употребляется в двух различных значениях: диалог как форма речевого общения, имеющая свои задачи и условия их реализации, и диалог как вид устной речи, т.е. как особый способ формирования и формулирования мысли посредством языка.

Главной функцией диалога как формы общения является получение и передача информации при непосредственном общении в условиях близкого контакта. Качество коммуникации зависит от четырёх основных правил: адекватное *количество*, *достоверность*, *релевантность* и *ясность информации* (Грайс).

Эти условия во многом определяют и лингвистическую основу природу диалога как вида речи. В вузовской практике обучения иностранному языку оба вида диалога (целевые и нецелевые) во всём их многообразии не только уместны, но и приобретают новые развивающие качества.

Например, развивающий характер диалога – обмена мнениями – состоит в получении опыта ненасильственного межличностного взаимодействия его участников при изучении темы «Устройство на работу» (Applying for a job). В естественном групповом диалоге (групповой беседе) на равных правах участвуют преподаватель и определенное количество студентов (3–4 и более); каждый говорящий высказывается по несколько раз; члены группы обращаются к педагогу непринужденно, без предварительной регламентации, в зависимости от содержания беседы.

Известно, что две постоянно взаимодействующие стороны обучения – преподавание и учение – опираются на учебный материал. И от того, как и в какой форме преподаватель организует и предъявляет учебный материал, во многом зависит характер познавательной деятельности студентов.

В зависимости от ситуации обучения (её новизны или стандартности) диалогическое взаимодействие может быть адаптивным, нормативным или творческим. Поэтому выделяют такие типы диалогического взаимодействия в обучении, как *реактивный*, предполагающий обмен коммуникативными действиями, *нормативный*, направленный на соблюдение педагогических закономерностей и правил и *инновационный*, нарушающий традиции и правила обучения. Соответственно, в учебном диалоге выделяются:

- а) реплики-побуждения (стимулы);
- б) реплики-реакции;
- в) реплики с двумя разнонаправленными совмещенными функциями.

Отечественный лингвист Л.Б.Щерба, противопоставляя диалог монологу, отмечал, что диалог состоит из взаимных реакций двух общающихся между собой индивидов, реакцией нормально спонтанных, определяемых ситуаций или высказыванием собеседника. Диалог – в сущности, цепь реплик.

В процессе каждого единичного акта обмена информацией при наличии общей ситуации между собеседниками возникает разделение речевых функций: кто-то начинает диалогический акт, кто-то оказывает ответное воздействие.

В естественном диалоге роли собеседников часто меняются. Обоюдная речевая активность является главной пружиной развития и поддержания учебного диалога. Распределение этих функций является условием, влияющим на характер познавательного процесса общения и на их отношение к предмету разговора.

Из всех имеющихся подходов к изучению диалога наиболее перспективным представляется изучение данного вида речи в функционально-коммуникативном плане на уровне логического единства. Суть его заключается в том, что ведущим критерием выделения коммуникативных единиц диалога являются функционально-смысловые связи реплик. Тесная смысловая связь реплик объясняется тем, что распределение логических отношений в диалоге происходит не на уровне слов внутри одного предложения, а на уровне отношений между разными предложениями.

В учебном диалоге направление движения информации обычно задается педагогом, поэтому для него важно знать, какие факторы влияют на движение информации в диалоге, чтобы управлять этим процессом.

Американский лингвист Р. Якобсон – автор компонентной модели коммуникации – называет в качестве существенных факторов, влияющих на языковую оформленность высказывания шесть компонентов структуры взаимодействия: участников коммуникативного акта (говорящий и слушающий); содержание высказывания; контекст, на который указывается в высказывании, язык, на котором осуществляется общение и наличие непосредственного контакта между собеседниками. Данная структура выполняет экспрессивную, эмотивную, конативную, побудительно-волевою, денотативную, металингвистическую, фактическую, контактоустанавливающую и поэтическую функции, которые влияют на участников диалога.

Д. Хаймс – автор модели коммуникации-говoreния – рассматривает диалогическое взаимодействие как «говoreние», выделяя следующие его компоненты: ситуацию, участников, цели, тональность, нормы и жанры, каналы, акты коммуникации.

Более детально взаимодействие в диалоге представлено в модели коммуникации, разработанной Д. Берло на основе коммуникативных способностей участников общения. Объектом рефлексии становятся их смысловые установки, имеющиеся знания, принадлежность к определённой социальной среде.

Следовательно, диалогическое взаимодействие в учебном процессе будет успешным, если, наряду с особенностями речевой деятельности, учитывать влияние психологических факторов: сближение позиций участников взаимодействия с учетом их ценностей, имеющихся знаний, мотивов, саморегуляции.

Коммуникация – универсальный способ взаимодействия людей, обеспечивающий воспроизводство и развитие социальных связей, обмен идеями, переживаниями, смыслами, знаниями, образцами и способами деятельности и поведения. Очевидно, что диалог является высшей формой коммуникации, так как предполагает многоуровневый смысловой контакт субъектов взаимодействия. Успешность учебного диалога во многом зависит от уровня коммуникативной культуры педагога и учащихся. Среди основных показателей этой культуры можно назвать следующие: готовность к взаимодействию (готовность понимать), эмпатию (умение понимать), речевую готовность (умение сказать). В основе диалогической речи, в отличие от речи монологической, лежит сложная система навыков и умений, разнообразие и качественная характеристика которых обусловлены ее особыми социально-психологическими, содержательными и логико-коммуникативными свойствами.

#### ***Библиографический список***

1. Бахтин, М.М. Проблемы творчества Достоевского. Проблемы поэтики Достоевского / М.М. Бахтин. – Киев: NEXТ, 1994. – 208 с.
2. Марианне В. Йоргенсен. Дискур-анализ. Теория и метод: [пер. с англ.] / Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. – 2-е изд., испр. Изд-во "Гуманитарный Центр", 2008. – 352 с.

**Н.Г. Крикунова**

#### **О МОТИВАХ И МОТИВАЦИИ К ИЗУЧЕНИЮ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА У СТУДЕНТОВ МИЭПМ ННГАСУ**

Современное общество характеризуется мобильностью, открытостью границ, значительными достижениями технологий в сфере коммуникации, проникновением иностранного языка во многие сферы человеческой деятельности. К специалистам предъявляются высокие требования к знанию иностранных языков и владению ими в повседневной жизни и профессиональном общении. Поэтому вполне закономерны потребности обучаемых в овладении знаниями, умениями и навыками общения на иностранном языке, чтобы адаптироваться и занять достойное место в современной системе общественных отношений и стать высококвалифицированным специалистом.

Изучением потребностей и мотивов в отечественной и зарубежной психологии занимались многие ученые. Фундаментальное изучение потребностей и мотивов было проведено А.Н. Леонтьевым [2], который отметил, что основным условием существования и деятельности субъекта является наличие у него потребностей в чем-либо, что находится за пределами самого субъекта, во внешнем мире и является идеальным или материальным предметом. Материальный или идеальный предмет побуждает и направляет на себя деятельность. С помощью этой деятельности удовлетворяются потребности субъекта.

А.Н. Леонтьев [2] отметил, что “наличие потребности составляет необходимую предпосылку любой деятельности, однако потребность сама по себе еще не способна придать деятельности определенную направленность. То, что является единственным побудителем направленной деятельности, есть не сама по себе потребность, а предмет, отвечающий этой потребности.”

“Предмет потребности – материальный или идеальный чувственно воспринимаемый или данный только в представлении, в мысленном плане – мы называем мотивом деятельности.”

Студенты, обучающиеся в Международном институте экономики, права и менеджмента (МИЭПМ) Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета (ННГАСУ), имеют возможность удовлетворить свои актуальные потребности в изучении иностранных языков и приобретении навыков общения на иностранном языке. Это происходит благодаря тому, что администрация ННГАСУ, университеты-партнеры МИЭПМ из Германии и Нидерландов, профилирующие кафедры МИЭПМ, кафедра иностранных языков I ННГАСУ уделяют большое внимание созданию необходимых для этого педагогических условий.

Педагогические условия в МИЭПМ – это предмет, который отвечает актуальным потребностям студентов. Они являются “совокупностью побуждений, вызывающих определенную активность индивида, т.е. системой факторов, детерминирующих поведение” – мотивацией [1].

В МИЭПМ студенты изучают два иностранных языка: английский и немецкий. Английский язык является профилирующим. За курс обучения студенты достигают достаточно высокого уровня владения английским языком.

С целью совершенствования преподавания английского языка на базе МИЭПМ ННГАСУ было проведено исследование мотивов, которые способствуют повышению интереса студентов к изучению английского языка. В исследовании приняли участие 38 студентов: специальности “Менеджмент организации” – 23 студента и специальности “Прикладная информатика в экономике” – 15 студентов. Студенты специальности “Менеджмент организации” изучают английский язык на 1, 2, 3 курсах. Курс обучения составляет 490 часов. Студенты специальности “Прикладная информатика в экономике” изучают английский язык с первого по четвертый курс. Курс обучения составляет 520 часов.

Цель исследования – выявление комплекса педагогических условий, способствующих повышению мотивации к изучению английского языка у студентов МИЭПМ ННГАСУ специальностей “Менеджмент организации” и “Прикладная информатика в экономике”.

Объектом исследования явилась мотивация к изучению английского языка у студентов МИЭПМ ННГАСУ специальностей “Менеджмент организации” и “Прикладная информатика в экономике”.

Предметом исследования явились педагогические условия, способствующие повышению мотивации к изучению английского языка у студентов МИЭПМ ННГАСУ специальностей “Менеджмент организации” и “Прикладная информатика в экономике”.

В ходе исследования была выдвинута гипотеза о том, что комплексное участие и взаимодействие всех участников проекта МИЭПМ ННГАСУ: администрации университета, зарубежных партнеров, российских преподавателей профилирующих кафедр, преподавателей кафедры иностранных языков I, студентов – создают педагогические условия, способствующие повышению мотивации к изучению английского языка у студентов.

Студентам специальностей “Менеджмент организации” и “Прикладная информатика в экономике” была предложена анкета, в которой был указан ряд мотивов, способствующих

повышению интереса к изучению английского языка. В этой анкете студентов просили проранжировать 14 факторов по пятибалльной шкале.

Изучению и анализу подверглись следующие мотивы изучения английского языка:

- помощь в трудоустройстве на работу в российскую или зарубежную компанию;
- помощь в получении международного сертификата о сдаче экзамена по
- деловому английскому языку ВЕС;
- помощь в выполнении требования программы МИ: слушание лекций, участие в семинарах, сдача экзаменов, написание и защита диплома на английском языке;
- возможность быть зачисленным на программу “Международный бакалавриат в экономике” с получением диплома международного образца;
- возможность пройти стажировку за рубежом во время учебы в МИЭПМ;
- помощь в понимании других предметов программы МИЭПМ, так как темы, изучаемые в курсе английского языка, интегрированы в общую программу обучения;
- помощь в поиске, чтении и понимании профессионально значимой информации на английском языке;
- помощь в восприятии на слух профессионально значимой информации на английском языке;
- возможность изучить зарубежный профессиональный опыт;
- помощь в проведении деловых переговоров, бесед на английском языке;
- помощь в составлении деловой документации на английском языке;
- помощь в подготовке докладов и презентаций по специальности на английском языке;
- получение удовольствия от занятий английским языком.

Студентам также было предложено, добавив к списку мотивов в анкете, самим указать причины, по которым они изучают английский язык. Студенты считают, что знание английского языка ценится при устройстве на работу, помогает и применяется в любых сферах жизни, открывает новые возможности, важно для будущей карьеры, помогает саморазвитию, повышает конкурентоспособность и квалификацию, расширяет кругозор, дает возможность общаться с зарубежными партнерами. Английский язык нравится больше, чем другие языки. Знание английского языка – это неотъемлемая часть современного общества. Студенты получают удовольствие от бесед на английском языке.

Как оказалось, на специальности “Менеджмент организации” в среднем, учитывая все предложенные мотивы, 14 студентов имеют сильную мотивацию; 7 студентов – мотивацию выше средней; 2 студентов – среднюю мотивацию; 1 студент – слабую.

На специальности “Прикладная информатика в экономике” 9 студентов имеют сильную мотивацию, 3 студентов мотивацию выше средней, 2 студентов – среднюю мотивацию.

Таким образом, исходя из результатов опроса, можно сделать вывод о том, что в МИЭПМ ННГАСУ созданы педагогические условия, способствующие повышению учебной мотивации к изучению английского языка. 61% студентов специальностей “Менеджмент организации” и “Прикладная информатика в экономике” имеют сильную мотивацию и 26% студентов имеют мотивацию выше средней к изучению английского языка.

#### ***Библиографический список***

1. Айсмонтас, Б.Б. Общая психология: Схемы / Б.Б. Айсмонтас. – М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 241 с.
2. Леонтьев, А.Н. Потребности, мотивы и эмоции / А.Н.Леонтьев. – М., 1971. [Электронный ресурс] <http://flogiston.ru/library/leontev>

## УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ В ВУЗЕ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

В настоящее время в качестве главного результата высшего образования рассматривается не только система профессиональных знаний, умений и навыков, но и способность человека действовать в конкретной жизненной ситуации, выстраивать коммуникацию с другими людьми. Это связывается с понятием «коммуникативная компетентность».

Коммуникативная компетентность относится к базовым компетентностям современного человека. В основу формирования коммуникативной компетенции на занятиях иностранным языком положен деятельностный подход, так как он развивает самостоятельную творческую активность каждого студента. Обучение предполагает на первоначальном этапе совместную образовательную деятельность под руководством педагога, а затем самостоятельную, уделяя большое внимание практической стороне вопроса.

Выбор методов формирования и становления коммуникативной компетентности должен обуславливаться целями обучения, содержанием учебного материала, профессиональной мотивацией студентов, необходимостью выработки коммуникативных навыков и умений, нужных в практической деятельности. Методами формирования и становления коммуникативной компетентности могут быть следующие: чтение проблемных лекций и докладов с активным участием будущих специалистов и иностранных студентов, проведение деловых игр, тесты, анкетирование, индивидуальные беседы и тренинги, работы парами, в командах и т.п.

Пути реализации коммуникативной компетенции учащихся состоят в том, что формы, методы и приемы работы направлены на то, чтобы содержание учебного материала было источником для самостоятельного поиска решения проблемы.

Коммуникативные компетенции формируются на основе общеучебных умений и навыков, а также предметных учебных умений, навыков и способов деятельности.

Мы предполагаем, что можно выделить четыре *уровня коммуникативной компетентности*:

- 1) неосознанная компетентность;
- 2) репродуктивная компетентность;
- 3) продуктивная компетентность;
- 4) творческая компетентность.

Каждый из выделенных уровней характеризуется следующими *критериями*.

Критерий первого уровня – несамостоятельная деятельность ученика, построенная на подсказках учителя, когда педагог ведет в учебной деятельности и требует исключительно правильных ответов от ученика, не признавая его права на ошибку и диалог.

Критерием второго – репродуктивного – уровня является наличие лингвистических знаний у ученика при недостаточном умении их применять, репродуктивная деятельность выполняется по памяти или по заданному алгоритму, учитель ожидает от ученика успешного выполнения задач, требующих простых мыслительных операций с данными, а также организует обмен независимыми высказываниями между учениками.

Критерием третьего – продуктивного – уровня выступает достаточное владение учениками лингвистическими умениями: методами анализа, синтеза, сравнения, обобщения; при этом синтез лингвистических знаний и умений используется как инструмент познания. Для учащихся этого уровня характерна уже самостоятельная продуктивная деятельность, выполняемая по самостоятельно созданному или принятому типовому алгоритму, преобразованному в ходе самого действия.

Критерием четвертого – творческого – уровня является самореализация компетентной личности, способной к самостоятельной творческой учебной деятельности на базе обретенных знаний, умений, ценностей и смыслов. Ученик ставит и решает задачи, требующие обобщения данных и творческого мышления, стремится к пониманию другого с целью поиска новой

истины, вступает в «партнерство» (В. Я. Ляудис), транслируя социальную ответственность – высший уровень социализации.

В практике общения каждый речевой акт выступает как та или иная типологическая разновидность, поэтому при обучении речевому общению необходимо говорить о типологии или жанре текста (определенной модели, имеющей внешние признаки, закрепленные традицией). Тексты, предлагаемые студентам на занятиях по иностранному языку, разнообразны по жанру: эпизоды художественных произведений, научно-популярные, проблемные статьи.

В ходе работы с литературным текстом или текстом о культуре педагогу необходимо создать *развивающую речевую среду*, побуждающую студента вступить в диалог не только с конкретным *текстом о культуре*, но и с *текстом культуры*, подобно тому, как в коммуникативном пространстве культуры текст вступает в диалогические отношения с другими текстами.

Развивающая речевая среда может быть создана на любом уроке, но особое значение приобретают *уроки интегрированного типа*, которые позволяют соединить лингвистический и культурологический подходы к анализу текста.

В результате такой работы с текстом происходит формирование культуры общения с произведениями искусства, воспитание эстетического чувства слова и желание выразить словом свои мысли и переживания. Таким образом, достигается единство процесса обучения и воспитания.

В качестве педагогических условий формирования коммуникативной компетентности автором были предложены: внедрение в педагогический процесс соответствующего элективного курса; направленность учебно-воспитательного процесса на установление личностно-ориентированного взаимодействия; применение активных методов обучения, интеграция в массовую культуру страны изучаемого языка.

Система элективных курсов позволяет в более углубленной, развернутой форме вооружать студентов теми знаниями и умениями, которые являются нужными для эффективной жизнедеятельности обучающегося, но не входят в обязательную, инвариантную часть содержания образования. Направленность учебно-воспитательного процесса на установление личностно-ориентированного взаимодействия – следующее, необходимое, на взгляд автора, педагогическое условие формирования коммуникативной компетентности.

Основываясь на разработках И.С. Якиманской, можно считать, что проектирование личностно-ориентированной системы обучения подразумевает: признание студента субъектом педагогического процесса; развитие индивидуальных способностей обучающегося, в частности, развитие коммуникативной компетентности, применяя те методы обучения, которые активизируют деятельность каждого студента.

Наконец, для успешного овладения языковой практикой и преодоления межнациональных барьеров необходима интеграция в массовую культуру страны изучаемого языка, под которой понимаются активные методы речевой коммуникации со студентами-иностранцами, изучение не только исторической (классической), но и современной массовой культуры страны через просмотр кинофильмов, спектаклей, интересных статей в зарубежных СМИ, обсуждение актуальных молодежных тем на факультетах иностранных языков с привлечением студентов с кафедры ЮНЕСКО и т.д.

Формирование и становление коммуникативной компетентности студентов позитивно влияет на профессиональный уровень будущих специалистов, их творческую самореализацию, совершенствование их деятельности – именно это необходимо будущим специалистам для адекватной ориентации во всех сферах общественной жизни.

#### ***Библиографический список***

1. Белицкая, Г.Э. Социальная компетенция личности // Сознание личности в кризисном обществе. – М., 1995.
2. Алексеева, Л.П. Преподавательские кадры: состояние и проблемы профессиональной компетентности / Л.П. Алексеева, Н.С. Шаблыгина. – М.: НИИВО, 1994.
3. Болдырев, Н.Н. Лингвистические основы коммуникативных методов обучения иностранному языку // Иностр. языки в школе. 1998. № 3. С. 12–15.

4. Ляудис, В.Я. Принципы психолого-педагогического проектирования инновационного обучения в школе // Инновационное обучение: стратегия и практика. – М., 1994. С. 13–32.
5. Изаренков, Д. И. Базисные составляющие коммуникативной компетенции и их формирование на продвинутом этапе обучения студентов-нефилологов // Рус. яз. за рубежом. 1990. № 4. С. 54–60.
6. Андреев, А.Л. Компетентностная парадигма в образовании: опыт философско-методологического анализа // Педагогика. 2005. №4. С. 19–27.

*М.Е. Гненик*

## **СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И ТЕХНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ**

Актуальность обращения к теме «Социокультурная динамика» продиктована осмыслением потребности реформирования высшей школы в современной России. Практическая актуальность обусловлена стремлением:

- во-первых, сохранить национальный статус образования в России;
- во-вторых, преодолеть односторонние политизированные оценки педагогического прошлого, способствовать диалогу концепций высшего образования в России. В связи с развитием в современной России негосударственных учебных учреждений практическую актуальность приобретает инновационный опыт частных высших учебных заведений конца XIX – начала XX века.

Образовательная ситуация в России в конце XIX–XX веков складывается под воздействием социально-политических и культурных идей времени. Для исследования истории профессиональной школы важным представляется принцип, провозглашенный Берманом: анализ традиции как «нечто большее, чем историческая преемственность – это «смешение осознанных и неосознанных элементов, т.е. анализ как объективных, так и субъективных объектов в форме культурных представлений». Другим важным представлением о соотношении культуры и образования в изучаемый период является признание сущностной взаимосвязи, взаимообусловленности культуры и образования, принципа дополнительности и др.

Применение данных принципов и основных методологических подходов позволяет выделить две группы факторов: внутренние и внешние. Взаимозависимость группы внутренних факторов, представленных педагогической политикой, теорией и практикой, и внешних: влиянием церкви и религии, культуры серебряного века, либеральным движением как доминирующим фактором развития профессионального и технического образования, в сочетании с особенностями российской педагогической цивилизации («славянская народность, педагогические детерминанты православия и инкультурные западноевропейские педагогические воздействия»), – сформировали характер уровневой профессиональной школы. Элитарная классическая – высший уровень, специальная политехническая, с прочной базой общеобразовательных знаний – другой высший уровень, общедоступная реальная – средний уровень и низшая профессиональная.

Рассмотрим группу внутренних факторов, представленную тремя составляющими образовательной ситуации: образовательной политикой, образовательной теорией и образовательной практикой. В образовательной политике правительства наблюдается оттепель Великих реформ, «слово это с давних времен используется, чтобы описать пробуждение духа, мысли или политической жизни.» Результатом «оттепели» стали изменения в правительственной доктрине: самодержавное государство впервые делегирует часть своих просветительских функций церкви, земствам, частной инициативе.

Образовательная теория – система научных обоснований образовательной практики представлена в изучаемый период традиционной и новой «русской педагогикой». Новая русская педагогика становится на рубеже веков доминирующим фактором развития профессионального образования. Образовательная практика в России в начале XX века характеризуется

разнообразием форм: университеты, институты, факультеты, кафедры, политехникумы, курсы, училища, ремесленные школы, ученичество.

Рассмотрим подробнее воздействие церкви и религии как составляющего компонента второй группы факторов. В образовательных реформах Екатерины II духовенство, не привлеченное к непосредственному участию в реформах, сыграло огромную роль в подготовке кадров для новых школ, училищ, предоставив правительству необходимое количество семинаристов, которые и стали первыми учителями народных училищ. С развитием школьного дела в XVIII и XIX веках преподавание религиозных предметов как основы религиозного образования становится характерным для русской школы каждого уровня: приходских, уездных частных – а религиозное воспитание рассматривается как политическая задача правительства. Основным способом организации обучения в профессиональной школе до середины XIX века было ученичество: ученичество в семье, ученичество у мастера, ученичество у священника. В 80-е годы XIX века остро встает вопрос о методике активного индивидуального обучения.

В конце 1850-х – начале 1860-х годов под воздействием либеральных идей изменяются взгляды на просвещение как на способ изменения условий жизни. К социально-философскому основанию российского либерализма следует отнести пришедшие из Европы идеи правового государства и естественных прав человека.

Распространение либеральных идей привело к активному участию в деле развития профессионально-технического образования общественных организаций и частных лиц.

Завершает группу внешних факторов эпоха серебряного века. Проблемы воспитания и образования женщины в контексте культуры серебряного века получили новые смыслы и ценности. Основной организационной формой женского высшего образования на рубеже веков становятся педагогические и технические курсы с университетской системой преподавания. В 1860 году в Петербурге открылись Высшие женские политехнические курсы, в 1915 году – открытие Петроградского женского политехнического института. В 1916 году утверждается устав Московского женского политехнического института. К категории высших инженерных школ относились также четырехлетние Петербургские женские строительные курсы и Московские женские технико-строительные курсы. В профессиональной подготовке наибольшее влияние имели Московские высшие женские курсы В.И. Герье, Высшие Бестужевские курсы в Петербурге, институт Фребеля в Киеве, Высшие педагогические курсы воспитательниц и учительниц Д.И. Тихомирова. Другими формами были женские университеты и учебные заведения с совместным обучением.

В совокупности выводы по данной исследовательской работе могут использоваться для успешного реформирования системы профессионального образования.

*А.А. Швецов*

## **РОЛЬ СИНТАКСИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ В ФОРМАЛИЗОВАННОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ СОДЕРЖАНИЯ МНОГОСЛОВНОГО ТЕРМИНА**

В терминообразовании очень активно действует способ синтаксического словообразования. Этот традиционный в английском языке способ образования терминов является и сейчас одним из наиболее продуктивных. Термины-словосочетания, образованные синтаксическим способом, получили в терминологии название *составных терминов*. Удельный вес составных терминов очень велик во всех терминосистемах английской терминологии.

Классификация составных терминов, с точки зрения структуры, позволяет выделить термины, состоящие из различного количества компонентов.

Есть *двухкомпонентные* термины: *stacking-interaction* стэкинг-взаимодействие, *damping coefficient* затухающий коэффициент; *трехкомпонентные*: *"trace" activity coefficient* коэффициент "остаточной" активности; *многокомпонентные*: *the open-air type electrolyte cathode atomic glow discharge (ELCAD)* эмиссия тлеющего разряда на электролитическом катоде открытого типа. В связи с этим возникает проблема определения границ составных терминов<sup>1</sup>.



Анализ длины научно-технических терминов показал значительный процент трёх- и четырёхэлементных терминов<sup>2</sup>.

Также обращает на себя внимание различие в порядке развертывания элементов словосочетания. В английском языке это левое (справа налево) развертывание (*rail-road-car-manufacturing plant*), а в русском – правое (*завод по производству вагонов*).

Сравнение конструкций русских и английских вычислительных терминов показывает наличие в каждом из языков своих особых методов "связывания слов в более крупные единства". Широкое использование в конструкциях русских существительных косвенных падежей свидетельствует о синтетичности русского языка.

Таким образом, роль каждого элемента в пределах составного термина и в пределах всего предложения указывается собственными ресурсами слова. В английских же конструкциях отчётливо просматривается использование "соположения" двух или нескольких существительных "в некоторой определённой последовательности, причём для выражения наличной между ними связности" эти существительные не подвергаются никаким особым модификациям.

Если в русском термине подчинительные связи согласование и управление получают вполне конкретное внешнее выражение, то в английском термине они "оказываются упразднёнными"<sup>2</sup>. И тяжесть выражения межсловных отношений в составном термине берёт на себя другой вид синтаксической связи – примыкание, т.е. "когда зависимость слова от господствующего над ним выражается не флективными изменениями зависимого слова, не его формами, а лишь его местоположением"<sup>2</sup>. Отсюда просматривается необходимость исследования содержания или значения самих синтагматических связей в многословном термине, а исходным или подготовительным моментом такого исследования является количественное наблюдение над внешними признаками таких значений.

Линейная структура компаунда может содержать несколько семантических признаков. Линейность подсказывает вполне оправданный вопрос: должен существовать некий остов, некая опора, слева и справа от которой должны лежать менее информативные признаки. То есть должна существовать некая прочная конструкция, обусловленная целью научно-технической речи. Эту конструкцию можно сравнить с «формулой» А.И. Смирницкого, реализуемой в терминологическом сочетании<sup>3</sup>.

В качестве некоего рабочего приема для формализованного представления смысла компаунда принято решение – тройку признаков (*деятель, действие и объект действия*) считать опорой или стержнем линейно-организованной семантической структуры компаунда. Вокруг каждого из этих опорных признаков (точнее, слева и справа) размещаются и все остальные семантические признаки, уточняющие эти опорные.

**Триада реализуется полностью или частично, словесно, морфемно или смешанным способом 4.**

**Триада реализуется полностью:**

а) в терминах вида *time-consuming tasks, задания, требующие значительных затрат времени, word-moving methods, стандартные способы пересылки слов, light-emitting diodes, светоизлучающие диоды*. Здесь триада выражена словесно, аналитически, под каждый признак выделено отдельное слово;

б) в терминах вида *fast, high-gain sense amplifiers - быстродействующие усилители считывания с высоким коэффициентом усиления, high-speed communication controllers - быстродействующие контроллеры системы связи, gas and smoke detectors - обнаружители газа и дыма*. Здесь два актанта – *<действие>* и *<объект>* – выражены морфемно, синтетически.

в) в терминах вида *газораспределитель, кораблестроитель, нефтеанализатор*. Здесь вся триада выражена морфемно.

Таким образом, термин может иметь распространённую определением структуру, при этом мы без труда определяем ядро термина и остальные компоненты, согласно рассматриваемому признаку.

Словесное представление при необходимости можно свернуть в морфемное и наоборот: *a mask replication approach*  $\Leftrightarrow$  *a mask replicator*; метод размножения масок  $\Leftrightarrow$  размножитель масок; нефтестанализатор  $\Leftrightarrow$  прибор/программа/система анализа нефти.

Триадный термин способен быть развернутым в стандартное трехчленное предложение с сохранением глубинной структуры *деятель-действие-объект*:



*a scanning – electron – beam pattern – generation system*



*растровая электронно-лучевая система генерирования рисунков*

*system GENERATES patterns; система ГЕНЕРИРУЕТ рисунки.*

Возможен и такой вид фиксации отношений между актантами: *действие* (ДЕЯТЕЛЬ, объект). Заполнив эту конструкцию конкретными лексическими значениями, получим программно-опознаваемый вид: *generate (SYSTEM, patterns)* или генерировать (СИСТЕМА, рисунки).

*Частичная реализация триады.*

*Двухактантные термины (актанты даны курсивом):*

– *time sharing, разделение времени, pattern recognition, распознавание образов, two-pass compiler, двухпроходной транслятор,*

– *самолетостроение, нефтеочистка, энергосбережение, кроветворение.*

Одноактантные термины: *two-pass compiling* или *two-pass compilation, двухпроходная трансляция/транслирование/сборка, high-speed debugging, высокоскоростная отладка, laser programming, лазерное программирование, digital coding* цифровое кодирование

Если в термине реализованы <действие>, <объект> и <признак объекта>, то семантическая структура термина может свернуться до вида <действие + признак отсутствующего объекта>

e.g. *electronic funds transferring*  $\Leftrightarrow$  *electronic transferring*

Важно также помнить, что встречаются термины, имеющие переносное значение, что вызывает определённые сложности в переводческой практике. e.g. *a shipbuilding faculty*  $\neq$  *a faculty builds ships*

Существует гипотеза о существовании в языке около 200 базовых семантических признаков [8, с. 35–36]. Возможно, что рассмотренный семантический признак по своей абстрактности может быть включен в число базовых признаков.

### **Библиографический список**

1. Головин, Б.М. О некоторых доказательствах терминированности словосочетаний / Б.М. Головин. – Горький, 1973.
2. Глумов, В.И. Структурно-семантическая организация составных терминов русского и английского языков (на материале текстов по вычислительной технике и программированию) / В.И. Глумов. – Горький: Горьковский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 1986. – 168 с.
3. Смирницкий, А.И. Синтаксис английского языка / А.И. Смирницкий. – изд. 3-е. – М.: URSS. 2009. – 296 с.

4. Глумов, В.И. Роль Триады и метонимии в семантической организации составного термина // Горизонты прикладной лингвистики и лингвистических технологий: тезисы доклада на Megaling'09 [Электронный ресурс] [info@megaling.org.ua](mailto:info@megaling.org.ua)
5. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М., 1969.
6. Борисова, Л.И. Лексические трудности перевода научно-технической литературы с английского языка на русский / Л.И. Борисова. – М.: Всесоюзный центр переводов, 1979.
7. Потягалова, Н.В. Взаимодействие лексико-семантического и синтаксического способов терминообразования // Материалы научно-практической конференции, ИГХТУ. Иваново, Россия. 2005.
8. Поспелов, Д.А. Логико-лингвистические модели в системах управления / Д.А. Поспелов. – М.: Энергоиздат, 1981.

*Е.А. Алешугина, Д.А. Лошкарева, Н.Ф. Угодчикова*

### **ТЕЗАУРУСНЫЙ ПОДХОД КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

В рамках программы «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» (ПВСПК) в Нижегородском государственном архитектурно-строительном университете (ННГАСУ) наиболее полно в дисциплинарном плане обеспечивается подготовка к такому виду деятельности, как письменный перевод научно-технической литературы, на который направлены следующие курсы: «Практикум перевода», где студенты осуществляют самостоятельные переводы и корректируют их с учетом замечаний преподавателя (профессионального переводчика), «Теория перевода» и «Практический курс профессионально-ориентированного перевода».

Упомянутые дисциплины помогают студентам овладеть теоретическими основами переводоведения; осуществлять терминологический поиск, а также переключение с иностранного языка на родной и подбирать эквиваленты в русском языке, переводить высказывание на родной язык. Студенты получают базовые теоретические знания перевода научно-технических текстов, на основании которых учатся осуществлять перевод научно-технического текста на русский язык с помощью различных переводческих приемов.

Обучение в рамках данных дисциплин проводится на основе общенаучного и узкоспециального текста, для осуществления этого вида подготовки студенты объединяются в группы по соответствующей специальности. Данные умения, являясь универсальными, представляют собой возможность совершать умственные действия, необходимые для успешного функционирования любой речевой коммуникации, т.е. самостоятельно использовать различные приемы познания, поиска и фиксации значимой информации, без чьей-либо помощи семантизировать языковые средства, работать со словарями разного типа, справочниками, энциклопедиями, страноведческими материалами, профессиональной литературой, осуществляя самообразование, самоконтроль и самокоррекцию, а также личное и профессиональное совершенствование с помощью иностранного языка.

Совершаемые в процессе функционирования данных умений умственные действия заключаются в целенаправленном наблюдении, анализе и синтезе, сравнении/сопоставлении и обобщении фактов, логической обработке и структурировании информации, формулировании и аргументировании суждений, установлении причинно-следственных связей и отношений, ассоциаций, в разработке классификаций, систематизации, формулировании выводов; в функционировании обоснованной языковой догадки, переносе речевых навыков и умений, преодолении интерференции на языковом уровне. Сформировать гибкие умения самонаучения в процессе будущей профессиональной деятельности.

Перечисленные интеллектуальные умения должны рассматриваться как компонент содержания профессионально-ориентированного обучения иностранному языку в неязыковом вузе в рамках программы ПВСПК.

Следовательно, в рамках этого подхода должна найти отражение такая организация лексического материала, которая способствовала бы созданию у обучаемых достаточного обширного запаса тематически обусловленных лексических единиц профессионального характера в их взаимосвязи.

Совершенно ясно, картины мира специалистов в различных предметных областях будут отличаться. Однако любой профессионально-производственной картине мира присуще своеобразие, обусловленное особым набором предметных значений. Поэтому для каждой специальности (или для группы смежных специальностей) требуется проведение отдельного анализа с целью выявления основного круга предметных значений, формирующих ту или иную профессионально-производственную картину.

Как следствие, широк и многообразен спектр предметных понятий, обслуживающих профессионально-ориентированное общение специалистов ПВСПК.

Консультации со специалистами профильных кафедр позволили установить объем востребованных в профессионально-ориентированном общении понятий. Совокупность всех профессионально значимых понятий, обслуживающих специалиста в той или иной предметной области, можно назвать его понятийной профессионально-производственной картиной мира.

Наряду с этим, на основе анализа собственного многолетнего опыта работы кафедры иностранного языка ННГАСУ, при активном участии самых опытных ее преподавателей, многие из которых параллельно работают переводчиками технической литературы, были выделены основные виды деятельности, которые должен осуществлять специалист с данной дополнительной квалификацией. Используемая в выявленных сферах и ситуациях общения тематически обусловленная лексика должна выступать в системе, которая должна представлять собой совокупность взаимообусловленных и взаимосвязанных лексических единиц, употребляемых в различных по стилю и жанру текстах, используемых в определенных сферах и ситуациях профессионального общения.

В процессе профессионального общения значения слов тесно взаимодействуют, образуя законченные единицы информации (тезаурусный подход). Основным носителем такой информации является слово/словосочетание/устойчивое выражение, т.е. лексическая единица как информационное ядро [1]. Сфера, ситуация и тема общения, социальные роли коммуникантов, а также порождаемые и воспринимаемые ими тексты дают возможность как прогнозировать и понимать это информационное ядро общения, так и использовать его при речепорождении. Как правило, ядерные лексические единицы семантически связаны с другими релевантными лексемами, функционирующими в текстах определенных профессионально обусловленных жанров, передавая основное содержание высказывания, выступая как "организаторы общения" [2]. Поэтому процесс устного и письменного выражения/понимания мыслей в интересующей сфере коммуникации представляет собой как бы оперирование ядерными лексемами и зависимыми от них другими языковыми средствами. В этом и заключается системность лексики, используемой в процессе профессионального общения, а также эффективный подход к обучению данному слою языка.

Именно представление значимых для профессионального общения ядерных лексических единиц в совокупности их связей с другими словами является, на взгляд авторов, методически целесообразным, так как чтобы соотнести одно слово с другим, надо знать, какое место занимает каждое из них в соответствующих множествах, т.е. среди слов, соотносящихся с тем же понятием [3].

Как показало данное исследование, справедливым является положение, согласно которому ядерными лексическими единицами в интересующей профессиональной сфере общения могут быть как научные термины, так и лексические единицы, выражающие общенаучные понятия, а также специальная лексика профессионального общения [4].

#### ***Библиографический список***

1. Вятютнев, М.Н. Теория учебника русского языка как иностранного (методические основы) / М.Н. Вятютнев. – М.: Русский язык, 1984. – 144 с.

2. Озерова, М.В. Содержание профессионально-направленного обучения иностранному языку в неязыковом вузе и его организация в учебнике / М.В. Озерова. – М.: РГБ, 2003. – 229 с.
3. Морковкин, В.В. Идеографическое описание лексики / В.В. Морковкин. – М.: РГБ, 1973. – 28 с.
4. Плюхина, З.А. Обучение устной экспрессивной речи на продвинутом этапе неязыкового вуза (англ. яз) / З.А. Плюхина. – М.: РГБ, 1981. – 259 с.

*Л.А. Гончарова*

## **КРЕАТИВНЫЙ ПОДХОД К ПРЕПОДАВАНИЮ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

Одной из ведущих тенденций развития современной образовательной ситуации, осуществляющейся на фоне активных процессов в социальных и экономических сферах жизни нашего общества, является усиления внимания к проблеме подготовки педагогических кадров качественно нового уровня. Современный педагог должен быть яркой творческой личностью, освоившей новейшие достижения комплекса смежных наук о человеке, закономерностях его развития, творческого роста, владеющей новыми педагогическими технологиями, искусством общения.

Педагог является не только источником информации, а человеком, который организует и направляет учебно-воспитательный процесс, воздействует на учеников своими личными качествами.

Принимая во внимание особенности современной социально-экономической ситуации в России, необходимо осуществлять подготовку педагогов профессионалов таким образом, чтобы весь спектр педагогического воздействия способствовал формированию активно мыслящей личности, способной наиболее эффективно выполняющей свои обязанности.

Как известно, ни программа, ни учебник не могут не могут предоставить преподавателю готовую схему урока. Он должен конструировать его сам.

Поэтому определение цели урока, выбор приемов и методов обучения – дело самого учителя. Воспитать творческую личность может только педагог. Именно поэтому проблема творчества приобретает сейчас такое важное значение.

Педагогическое творчество рассматривается как процесс решения педагогом бесчисленного ряда учебно-воспитательных задач в меняющихся обстоятельствах. Оно имеет много общего с другими видами творчества, но обладает и рядом особенностей.

К таким особенностям относятся нацеленность творческой деятельности на формирование другой личности; стремление учителя к положительным результатам (педпроцесс – это взаимодействие учителя и учащихся); необходимость управлять своим психическим состоянием, вызвать творческий настрой. Творческая деятельность достигается на основе приобретенного преподавателем мастерства.

Еще А. Дистервег считал, что мастерства не может быть без «знания дела, любви к делу и учащемуся, педагогических способностей» Общая культура учителя, его разносторонние профессиональные знания, опора на собственный опыт являются научной базой педагогического мастерства.

Мастерство учителя, его вдохновение тесно связано с его личностными качествами, характером, отношением к профессии, умением развитием и формированием ученика.

Структура педагогических способностей может включать различные компоненты: педагогическую наблюдательность, любовь к детям и своему делу, эрудированность, способность к анализу и самоанализу, гибкость мышления, педагогическое воображение и предвидение, такт, ораторские способности и т.д. Такой ансамбль качеств является динамическим. Он находится в постоянном движении и развитии. Творчески работающий преподаватель берет на вооружение такие формы, приемы и методы работы, которые являются наиболее эффективными.

Одной и той же методической цели можно достичь различным сочетанием методов обучения. Творческие поиски должны быть устремлены главным образом на формирование познавательной деятельности студентов при овладении ими языковыми средствами.

Важно использовать при этом различные виды мотивации: и познавательную, и коммуникативную, в том числе эстетическую, эмоционально-ценностную, и тем самым развивать интерес к иностранному языку к стране изучаемого языка.

Творчество преподавателя может выразиться в подборе и изготовлении учебных пособий, нестандартном оформлении средств наглядности, в рациональном их сочетании. Основных творческих усилий требует организация процесса обучения и комплексное использование технических средств обучения. Творчество преподавателя проявляется и в самостоятельном подборе домашних заданий.

У каждого преподавателя творчество проявляется по-своему. Индивидуальный стиль деятельности в каждом конкретном случае будет зависеть от особенностей человека, его темперамента. Многие также определяется его собственными склонностями, видением методических задач

Однако совершенствование мастерства преподавателя осуществляется также в процессе непрерывного самообразования и самовоспитания..

*М.В. Даричева*

### **ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДА ДИСКУССИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ДИЗАЙНА**

В силу изменения отношения к иноязычному образованию, последнее стало рассматриваться как средство профессиональной реализации личности, а иностранный язык из учебного предмета общеобразовательного цикла превратился в один из основных элементов современной системы высшего профессионального образования. Владение средствами иноязычной коммуникации становится одним из условий востребованности специалиста на рынке труда, а следовательно, неотъемлемым компонентом профессиональной компетентности современного специалиста.

Однако изучение состояния преподавания в этой сфере в неязыковых вузах показывает, что характер организации учебного процесса, содержание учебно-методических материалов, методические приемы работы в аудитории и, в итоге, уровень подготовленности выпускников к иноязычной профессиональной коммуникации не соответствуют современным требованиям общества [1].

Таким образом, основная проблема заключается в разрешении противоречия между необходимостью для специалиста владеть сформированными умениями профессионально-иноязычной коммуникации и недостаточным уровнем обеспечения их формирования в неязыковых вузах. В настоящее время многие научно-педагогические кадры исследуют данную проблему и разрабатывают современные модели подготовки студентов в сфере иноязычной профессиональной коммуникации в неязыковых вузах, которые предполагают изменение методов обучения, процедур и критериев оценок, способов обеспечения качества образования, предусматривающих использование оптимальных педагогических технологий по формированию умений профессионально-иноязычного общения.

Технологический компонент разработанной автором модели обучения профессионально-иноязычному общению будущих специалистов в области дизайна включает комплекс активных методов обучения, которые направлены главным образом не на изложение преподавателем готовых знаний, их запоминание и воспроизведение, а на самостоятельное овладение учащимися знаниями и умениями в процессе активной мыслительной и практической деятельности. Применение таких методов, как метод дискуссии, деловой и ролевой игры, метода проекта и проблемно-поискового метода в совокупности с профессионально-

ориентированными коммуникативными заданиями предполагает, что система языковых знаний интегрируется в практическую деятельность и позволяет будущему специалисту на высоком уровне осуществлять профессионально-иноязычное общение.

Одним из наиболее эффективных методов является дискуссия (тематическая дискуссия по профессиональной тематике), которая заключается в коллективном обсуждении какого-либо вопроса, проблемы или сопоставлении информации, мнений, предложений. При организации дискуссии в учебном процессе обычно ставятся несколько учебных целей как чисто познавательных, так и коммуникативных [2]. Если тема дискуссии обширна, содержит большой объем информации, в результате могут быть достигнуты только такие цели, как сбор и упорядочение информации, поиск альтернатив, их теоретическая интерпретация и методологическое обоснование (например, тема дискуссии «Тенденции развития отечественного дизайна», «Тенденции развития современного искусства», «Роль Интернета в современном обществе»). Если тема дискуссии узкая, то дискуссия может закончиться принятием решения (дискуссии «Выбор вуза для подготовки по дизайнерской специальности», «Личностные качества квалифицированного дизайнера»).

Эффективность проведения дискуссии зависит от следующих факторов:

- подготовки (информированность и компетентность) студентов по предложенной проблеме;
- семантического однообразия (все термины, дефиниции, понятия и т.д. должны быть одинаково поняты всеми студентами);
- корректности поведения участников;
- умения преподавателя проводить дискуссию.

Наряду с активным обменом знаниями, в процессе дискуссии у студентов вырабатываются профессиональные умения излагать мысли, аргументировать свои соображения, обосновывать предлагаемые решения и отстаивать свои убеждения. Студенты учатся рассматривать проблему со всех сторон, рассуждать и формулировать свою точку зрения. Умение вести дискуссию в форме диалога или полилога – необходимое условие успешной совместной работы будущего специалиста в команде. Поскольку обсуждение и решение проблем происходит в процессе группового общения, то у участников вырабатывается умение действовать в интересах группы, появляется заинтересованное уважение к собеседникам, вырабатываются социальные нормы поведения в коллективе. Соответственно, данный метод позволяет развивать как профессионально-речевых, так и социально-психологические умения профессионально-иноязычного общения будущих специалистов сферы дизайна. В табл. 1 представлены темы дискуссий в разработанных автором модулях обучения профессионально-иноязычному общению будущих специалистов в области дизайна.

**Таблица 1**

**Темы дискуссий при обучении профессионально-иноязычной коммуникации специалистов в области дизайна**

Название модуля	Примерная тематика дискуссии
1. Моя профессия – дизайнер	Специфика профессии дизайнера в современном мире Личностные качества квалифицированного дизайнера
2. Образование и трудоустройство дизайнера	«Выбор учебного заведения для получения образования по специальности «Дизайн» Возможности трудоустройства и условия работы дизайнера в России и за рубежом
3. Стили и направления в искусстве	Эмоциональное влияние искусства на человека
4. Виды искусств	Любимый художественный стиль в искусстве (с примерами из живописи, архитектуры)

5. История дизайна	Роль дизайна в обеспечение коммерческого успех» Тенденции развития отечественного дизайна
6. Виды дизайна	Актуальные проблемы и тенденции развития дизайна среды (дизайна интерьера, ландшафтного дизайна, промышленного дизайна и т.п.) Интерьер: влияние цвета на эмоциональное восприятие Различия графического и информационного дизайна
7. Компьютерные технологии в дизайне	Особенности работы с графическими редакторами Роль Интернета в современном обществе

Дискуссии как один из методов активного обучения позволяют осуществить «переход от преимущественно регламентирующих, алгоритмизированных, программированных форм и методов организации дидактического процесса к развивающим, проблемным, исследовательским, поисковым, обеспечивающим рождение познавательных мотивов и интересов, условий для творчества в обучении» [3]. Они обеспечивают высокий эффект при усвоении материала за счет его приближения к конкретной практической и профессиональной деятельности, а также значительно усиливают мотивацию и активность обучения.

#### ***Библиографический список***

1. Артамонова, Л.С. Подготовка студентов гуманитарных вузов к иноязычной профессиональной коммуникации / Л.С. Артамонова. – М., 2008. – 166 с.
2. Педагогические технологии: учеб. пособие / под общей ред. В.С. Кукушина. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2004. – 336 с.
3. Вербицкий, А.А. Активное обучение в высшей школе. Контекстный подход / А.А. Вербицкий. – М.: Высшая школа, 1991. – 205 с.

***Т.Б. Лесохина, Е.В. Зыртылоглу***

### **О ВИДОВЫХ ИЗМЕНЕНИЯХ МЕЖПРЕДМЕТНЫХ СВЯЗЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Теория языкового образования специалиста-нефилолога немыслима без учета межпредметных связей – одного из важнейших критериев отбора и организации его содержания. Будучи элементами системы языкового образования межпредметные связи, как и сама система, являются исторической категорией, и задача настоящей статьи – познакомить научно-методическую общественность с развитием межпредметных связей дисциплины «Иностранный язык» на современном этапе и внести соответствующие уточнения в их теоретическое понимание.

На протяжении десятилетий, до 1980 годов, в обществе закрытого типа подготовка специалиста-нефилолога по иностранному языку была крайне ограничена и носила своеобразный характер из-за отсутствия в ней реальных социальных потребностей. На фоне научной проработки вопросов обучения языку и культуре (И.Л. Бим, А.А. Леонтьев), основополагающими характеристиками обучения были: профессионально-ориентированный характер, когда иностранный язык служил средством изучения других предметов (И.И. Бим), целевая направленность, главным образом на обучение чтению (текстов по специальности) (С.К. Фоломкина), мифологизированный партнер-носитель изучаемого в школе и в вузе иностранного языка, декларативное присутствие преемственности между школьной и вузовской ступенью, ограниченное действие МПС в школе (с русским языком, литературой, географией, историей) и крайне ограниченное в нефилологическом вузе (с отдельными специальными дисциплинами).



Отсюда и низкая исследовательская частота межпредметных связей дисциплины «Иностранный язык», причем в рамках общеобразовательного этапа: иностранный язык – другие предметы (С.М. Никонова), английский язык – география – литература – история (Т.А. Кускунова), русский язык – другие предметы (Т.А. Ладыженская, Н.Н. Ушаков, Н.А. Лошкарева), четкая номенклатура видов МПС – внутрипредметные, внутрицикловые и межцикловые, линейность связей, прежде всего по тематике текстов, а также по развиваемым знаниям и умениям, идеологизированными ценностными отношениями и использованными методами обучения.

Рамки статьи не позволяют остановиться на не повлиявших на рассматриваемую проблему целевых и содержательных сдвигах в обучении в сторону реального общения: повседневно-бытового в общеобразовательной школе и профессионального в вузе – постановке акцентов на личностно-ориентированный (И.Л. Бим, Л.А. Милованова и др.) и компетентностный (И.А. Зимняя, А.В. Хуторской, В.В. Краевский, И.Л. Бим, В.И. Байденко) подходы, присущие отечественному языковому образованию, начиная с конца 1980-х годов. Поэтому обратимся непосредственно к значимым для нас фактам, явлениям и теориям.

С переходом российского общества к открытому типу с рыночной экономикой и вхождением России в мировое пространство в социуме как образовательной среде и форме системы языкового образования специалиста-нефилолога возникли объекты (мировое пространство, иностранные и совместные предприятия и организации, малый и средний бизнес, языковая ситуация на рынке труда, реальный партнер-носитель любого языка и культуры, профессиональная коммуникативная деятельность), а также получили свое развитие идеи гуманитаризации образования, профессиональной мобильности (С.А. Кугель), преемственности старшей школы и вуза [1] и, в частности, в области речеведческих дисциплин, усиления профессиональной направленности общего образования с введением профильной школы, ориентированной на потребности рынка труда [2].

Рассмотрим, как возникшие объекты социума в контексте указанных социально-значимых идей повлияли на понимание МПС.

Данные объекты значимы для содержания широкого круга образовательных областей преемственной подготовки специалиста-нефилолога в старшей и высшей школе, что свидетельствует о соответствующем усилении межцикловых связей не только в школе и в вузе, но уже и межступенчатого характера.

Дальнейшая лингводидактическая интерпретация объектов приводит к необходимости их представления как инновационных фундаментальных коммуникативных образовательных объектов области преемственного языкового образования [3, с. 172].

Так, с вхождением России в мировое пространство изменилась *языковая ситуация на рынке профессионального труда*. Во-первых, резко снизилось не только международное значение французского, немецкого, испанского языков, но и четко обозначилась их соотнесенность с конкретными секторами российской нефилологической практики и с действующими в них конкретными специальностями. Например, в нынешних условиях специалисты-участники наших опросов и бесед не рекомендуют изучать французский или испанский языки для профессиональных целей международного общения будущим специалистам в области тонкой химической технологии или машиностроения.

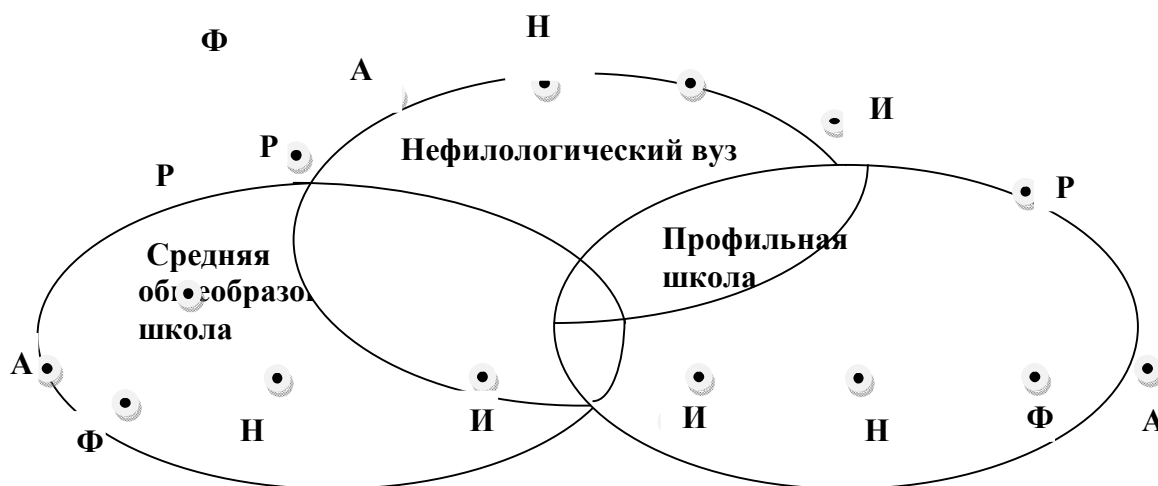
Иными словами, для нынешней коммуникативной деятельности на первый план по значимости вышли английский и русский языки. Владение русским языком для профессиональных целей, пока еще не отмеченных в официальной вузовской программе, настолько значимо, что все специалисты- участники наших опросов и бесед настаивают на углубленном и обязательном изучении русского родного и государственного языка. Информация о *роли русского и изучаемого иностранного языка в избираемой/ избранной специальности* сегодня, несомненно, должна войти в содержание всех языковых предметов и дисциплин.

*Реальным партнером* российского специалиста может выступать как россиянин, так и *носитель любого языка и культуры* в современной цивилизации. Однако, как показывают

результаты наших исследований, иноязычное общение протекает как правило, по англо-американским нормам, но учитывает национально-культурную специфику партнера [4]. Что касается профессионального русскоязычного общения, то оно неукоснительно стремится к международным стандартам.

Особо остановимся на *коммуникативной деятельности специалистов* выросшего с конца 1980-ых годов в геометрической прогрессии малого бизнеса. Но именно здесь, независимо от национального языка общения, выпускникам нефилологических вузов требуются нетрадиционные социолингвистические знания о сферах и ситуациях общения, ролевом комплексе покупателя, продавца, рекламиста, составителя, автора и редактора иноязычных и русскоязычных профессиональных речевых произведений; переговорщика, переводчика, культуролога и пр.; умения осуществлять эти роли, а также специфические профессионально-коммуникативные качества и ценностные ориентации.

Для того, чтобы показать инновационный характер и соответствие перечисленных аспектов содержанию всех языковых предметов, назовем некоторые профессиональные ценностные ориентации: отношение к профессиональному тексту как к коммерческому продукту, значимому для государства, отрасли, фирмы и самого специалиста; отношение к себе как ответственному представителю фирмы, отрасли, страны и носителю русскоязычной культуры и пользователю иностранного языка; отношение к родной и инокультуре как содействующему решению профессиональных задач контексту.



**Рис. 1.** Р – русский язык; А – английский язык; Ф – французский язык;  
Н – немецкий язык; И – испанский язык

Подводя итоги, можно констатировать актуальность уплотнения содержания МПС по линии развиваемых в языковой образовательной области знаний, умений, качеств и ценностных ориентаций личности будущего специалиста.

Дальнейшая интерпретация фундаментальных коммуникативных образовательных объектов свидетельствует о необходимости достаточно объемного расширения содержания всех языковых предметов и дисциплин при их ограниченной сетке учебных часов, что вряд ли экономически, методически и психологически целесообразно.

Таким образом, встает новый теоретический вопрос о действии (возникновении и реализации) внутрицикловых и межступенчатых связей комплиментарного (дополняющего друг друга) характера. То есть речь идет о принципиально новых матричных связях дисциплины «Иностранный язык» с дисциплиной «Русский язык» и «Литература», о связях иноязычных предметов друг с другом и с речеведческими предметами внутри одной ступени между его

уровнями (например, общеобразовательной старшей и профильной школой) и преемственными межступенчатыми связями (рис. 1).

Реализация МПС на предложенном нелинейном подходе позволит не только сократить дублирование содержания школьных и вузовских языковых курсов, но и содействовать старшим школьникам в их зрелом выборе специальностей и учете в них имеющегося языкового багажа, развить у будущих специалистов-нефилологов профессиональную социолингвистическую компетенцию, дополнить и систематизировать формируемую преемственным образованием языковую картину мира, а также способствовать развитию интереса к изучению русского языка и иностранных языков.

#### ***Библиографический список***

1. Концепция модернизации российского образования на период до 2010 года. – М., 2002.
2. Концепция профильного обучения на старшей ступени общего образования / под ред. А. Кузнецова и А. Пинского. – М., 2002.
3. Краевский, В.В.. Основы обучения. Дидактика и методика: учеб. пособие / В.В. Краевский, А.В. Хуторский. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 352 с.
4. Лесохина, Т.Б. Лингводидактическая типология профессиональных письменных текстов нефилологической сферы / Т.Б. Лесохина, Е.Ю. Симакова. – М.: Наука, 2004. – 110 с.

***Т.Б. Лесохина, Ю.К. Колесникова***

### **О СОСТОЯНИИ ПРЕЕМСТВЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ФРАНЦУЗСКОМУ ЯЗЫКУ В ШКОЛЕ И НЕФИЛОЛОГИЧЕСКОМ ВУЗЕ**

В настоящее время в профессионально-ориентированном языковом пространстве нефилологической практики мы наблюдаем целый ряд неоднозначных и противоречивых фактов и явлений, которые, вместе с тем, значимы для развития преемственной подготовки по французскому языку в старшей школе и нефилологическом вузе, и задача данной статьи – методически проинтерпретировать их и наметить подходы для их представления в системном виде.

При всей разноликости упомянутых фактов и явлений их возможно представить в виде двух групп: оказывающих негативное и положительное влияние на развитие преемственного обучения.

На протяжении всех последних десятилетий в условиях закрытого общества французский язык изучался в школе и нефилологическом вузе как язык международного общения, равноправный по статусу другим международным языкам. С открытием границ у россиян как вторичных пользователей французским языком и участников образования стала резко снижаться самооценка в отношении владения французским языком.

Так, большинство из опрашиваемых нами с 1990-х годов специалистов-нефилологов жаловались на напрасно потраченное время на изучение языка в «песок» и приводили многочисленные факты, когда заявления российских специалистов на вакансии в международные и совместные (в том числе и с франкоговорящими странами) предприятия и организации отклонялись из-за невладения специалистами английским языком.

В настоящее время большинство родителей как заказчиков довузовского образования, ориентированных на нефилологическую сферу деятельности для своих детей в будущем, высказываются позитивно только в отношении изучения в школе английского языка.

Во много, в связи с этим число учеников, изучающих французский язык как основной иностранный (со 2-го класса) сегодня сократилось. Кроме того, в пособиях старшей ступени крайне недостаточно реализуется идея непрерывности образования: обучение на старшей ступени пока еще не нацелено на профориентацию школьников, мало способствует их самоопределению, не предусматривает рациональное распределение учебной нагрузки старшеклассников с учетом их интересов и профессиональных устремлений [1].

Что касается обучения в вузе, то секции французского языка в составе кафедр иностранных языков активно работали до конца 1990-х годов. Однако в настоящее время под влиянием социальной рефлексии как объективного явления студенты всё менее хотят изучать французский язык, а преподаватели французского языка вынуждены, хотя и с большой внутренней напряженностью, либо вести курсы английского языка, который является для них вторым иностранным языком, либо искать иную работу. По данным авторов, секции французского языка в нефилологических вузах резко сокращаются и зачастую исчезают из деятельности кафедр.

Снижению мотивации студентов в немалой степени способствуют немотивированное повторение изучавшихся в школе явлений языка и речи соответственно несбалансированной в отношении преемственности со школьной базой вузовской программе [2], частое использование французских разговорных курсов, построенных без опоры как на родной язык и культуру, так и на предшествующий языковой опыт, а также стандартные «языковые» учебники французских издательств [3–6], предназначенные для изучения языка для специальных целей. Эти учебники сложны в использовании как для учителей, так и для учащихся, так как в них крайне ограничен методический аппарат.

Продолжая список фактов и явлений, негативно сказывающихся на состоянии преемственного обучения французскому языку, укажем и на неподготовленность выпускников филологических вузов – учителей и преподавателей – содействовать зрелому выбору учащихся в отношении изучения французского языка как инструмента будущего профессионального общения. Это, очевидно, связано с отсутствием исследований связи французского языка с действующими на рынке труда специальностями и отражением их результатов в педагогической подготовке.

Однако данные наших опросов и бесед со специалистами показывают, что владение французским языком актуально для работы, в частности, в областях информатики, энергетики, лазерных, авиационных и космических технологий, автомобильной и текстильной промышленности, строительства и телекоммуникаций, медицины, фармакологии, архитектуры, социологии, юриспруденции, философии, истории.

Подводя итоги анализа весьма пестрой социально-методической картины, приходится констатировать, что действующее обучение французскому языку в старшей школе и нефилологическом вузе сегодня не носит системного характера. Пользуясь словами В.С. Безруковой, оно скорее напоминает «конгломерат», чем целостное системное образование [7].

Основным моментом становления целостной педагогической системы является определение системообразующего фактора интеграции. И в данном случае это, несомненно, дидактический принцип преемственности, распределяющейся сегодня уже не только на все компоненты системы языкового образования в школе и нефилологическом вузе – цели, содержание, технологии, – но и на систему педагогического образования учителей и преподавателей иностранного языка.

Можно утверждать, что для преемственного языкового образования становится конкретной государственная задача создания «системы специализированной подготовки (профильного обучения) в старших классах общеобразовательной школы, ориентированной на индивидуализацию обучения и социализацию обучающихся, в том числе с учетом реальных потребностей рынка труда, ... отработки гибкой системы профилей и кооперации старшей ступени школы с учреждениями начального, среднего и высшего профессионального образования» [8].

Первым шагом на пути её решения будет проведение исследования роли и места французского языка в современных нефилологических специальностях, значимого как для участников, так и заказчиков обучения французскому языку.

#### ***Библиографический список***

1. Бим, И.Л. Профильное обучение иностранным языкам на старшей ступени общеобразовательной школы. Проблемы и перспективы / И.Л. Бим. – М.: Просвещение, 2007.

2. Программно-методическое обеспечение системы разноуровневой подготовки по иностранным языкам в вузах неязыковых специальностей // Вестник МГЛУ. Серия Лингводидактика. – М.: РЕМА, 2006. Вып. 526.
3. Vassal J. Pile ou Face: Methode de francais 1. – Paris: Clé international, 1999.
4. Monnerie-Goarin A., Sirejols E., Kempf M-Ch. Champion: Methode de francais. – Paris: CLE International, 2001.
5. Forum methode de francais 1 : nouveau DELF A1 & A2 / C. Baylon [и др.]. – Paris: Hachette, 2000.
6. Panorama de la Langue Francaise 1 : Methode de Francais / J. Girardet, J.-M. Cridlig. – Paris : CLE International, 2000.
7. Безрукова, В.С. Педагогическая интеграция: сущность, состав, механизмы реализации // Интеграционные процессы в педагогической теории и практике: сб. науч. трудов Свердловского инженерно-строительного института. – Свердловск, 1990. – 128 с.
8. Сборник нормативных документов. Иностранные языки / сост. Э.Д. Днепров, А.Г. Аркадьев. – М.: Дрофа, 2006.

*Т.А. Саркисян*

## **ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ РЕЧЕВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ**

Одной из проблем обучения иностранному языку в высшей технической школе в России является отрыв от мирового педагогического опыта как в научной, так и практической сфере. В настоящее время существует много зарубежных разработок в области педагогики, которые способствуют повышению эффективности педагогического процесса и развитию иноязычной речевой компетенции у студентов неязыковых вузов. Однако далеко не все вузы пытаются найти им применение.

Сложилась парадоксальная ситуация: вузовская практика испытывает объективную потребность в свежих идеях, стремясь выйти за рамки традиционного обучения, и в то же время зарубежный педагогический опыт остаётся малоизвестным и невостребованным педагогами.

Анализ современных тенденций развития методики показывает, что процесс обучения иностранному языку должен приближаться по своим параметрам к процессу овладения языком в естественной языковой ситуации, т.е. должен быть в полном смысле коммуникативным, а преподаватель призван создать в аудитории микромир окружающей жизни со всеми реальными человеческими отношениями и целенаправленностью в практическом использовании языка. Это обуславливает необходимость рассматривать реальный учебный процесс как особым образом организованное общение или особую разновидность общения, важной функцией которого выступает установление взаимодействия преподавателя и студента, студентов друг с другом в процессе решения совместных коммуникативных задач. Результатом такого взаимодействия является освоение обучаемыми речевого опыта в новом языке и приобщение с его помощью к новой культуре и национальным традициям. При организации процесса обучения важно определиться с подходом к обучению, в наибольшей степени отражающим концепцию обучения, на которую ориентируются организаторы учебного процесса.

По своему определению термин «подход к обучению» многозначен, по определению И.А. Зимней [1]:

а) мировоззренческая категория, в которой отражаются социальные установки субъектов обучения как носителей общественного сознания;

б) глобальная и системная организация и самоорганизация образовательного процесса, включающая все его компоненты и прежде всего самих субъектов педагогического воздействия: преподавателя и студента.

В методической и педагогической литературе можно встретить бихевиористский, индуктивно-сознательный, интенсивный, интегрированный подходы к обучению. На современном этапе перечисленные подходы следует дополнить личностно-ориентированным и конструктивным (или конструктивизмом).

Со сменой традиционной на новую парадигму образования востребованными оказались такие подходы, которые создают наиболее благоприятные условия для ее реализации. Одним из них является личностно-ориентированный подход. Обучение «преломляется» через личность обучающегося и строится на приобретении учащимися умений самостоятельно приобретать и применять знания для решения разнообразных жизненно важных проблем.

Личность находится в центре обучения, образования, соответственно всё образование, центрируясь на учащемся, его личности, становится антропоцентрическим по цели, содержанию и формам организации. Студент берёт на себя ответственность за своё обучение и меняет свою роль на активную. Учитель лишь помогает в доступе, интерпретации, организации и передачи больших объёмов информации для решения проблем.

Иными словами, на смену педагогике 60–70-х годов XX века пришла новая, личностно-ориентированная концепция образования, в соответствии с которой образование из способа просвещения индивида должно быть трансформировано в механизм развития культуры, формирования образа мира и человека в нём.

В качестве основных принципов здесь выступают возможность и умение учащихся планировать собственную познавательную деятельность и нести ответственность за её успешность. Основной акцент делается на овладение способами познания, принцип самодисциплины чрезвычайно важен в этом подходе так же, как и принцип рефлексии, самооценки [2]. Это важно для слушателей технического вуза, поскольку именно развитая самостоятельная личность способна к эффективной профессиональной деятельности. Преподаватель приобретает роль организатора самостоятельной коммуникативной, творческой деятельности учащихся, используя возможности межличностной коммуникации учащихся в процессе их совместной деятельности для совершенствования речевых умений. У него появляется значительно больше возможностей дифференцировать процесс обучения, использовать возможности межличностной коммуникации учащихся в процессе их совместной деятельности для совершенствования речевых умений.

На основании изложенного можно сделать вывод о том, что система образования, базируясь на личностно-ориентированной концепции, нацелена на создание условий, в которых обучаемый развивает собственную универсальную сущность, свои природные силы.

Личностно-ориентированный подход в обучении относится к гуманистическому направлению в педагогике и полностью отвечает специфике иностранного языка. Если мы обучаем практическому владению тому или иному виду речевой деятельности, то делать это можно лишь через практику в этом виде деятельности.

Личностно-ориентированный подход в качестве приоритетного направления считает активное обучение. Эффективной организации процесса обучения в рамках названного подхода способствуют рефлексивные активные методы обучения, стимулирующие познавательную деятельность обучающихся. Они строятся в основном на диалоге, предполагающем свободный обмен мнениями о путях разрешения той или иной проблемы, характеризуются высоким уровнем активности учащихся.

В Нижегородском государственном архитектурно-строительном университете (ННГАСУ) в качестве инструмента для организации активного обучения применяется педагогическая технология «Развитие критического мышления через чтение и письмо», разработанная в середине 90-х годов американскими преподавателями.

Согласно работам современных педагогов и психологов, критическое мышление определяется как «разумное, рефлексивное» мышление (Дж. А. Браус, Д. Вуд), которое позволяет объективно рассуждать, логично поступать в соответствии со здравым смыслом, дает возможность посмотреть на вещи с разных точек зрения и отказаться от собственных предубеждений, прийти к новым возможностям решения проблем.

*Технологическую основу* составляет базовая модель трех стадий: «вызов – реализация смысла (осмысление) – рефлексия (размышление)», которая позволяет помочь учащимся самим определять цели обучения, осуществлять активный поиск информации и размышлять о том, что они узнали.

Данная технология позволяет развивать речевые умения, используя иностранный язык во всех видах речевой деятельности. Процесс обучения перестаёт быть пассивным и позволяет задействовать каждого студента. В нашей практике мы используем следующие приёмы, методы и стратегии: «Кластер», «Пометки на полях», «Эссе», «Синквейн», «Fishbone», «Активная лекция», «Бортовой журнал», «Шесть шляп мышления», «Перекрёстная дискуссия» и другие.

Применение данной технологии даёт положительный эффект для развития коммуникативных и рефлексивных способностей обучаемых, есть основание предположить, что эта технология эффективна и для развития речевых умений.

#### ***Библиографический список***

1. Зимняя, И.А. Личностно-деятельностный подход в обучении русскому как иностранному // Русский язык за рубежом. 1985. №5.
2. Роджерс, К. Свобода учиться / К. Роджерс, Дж. Фрайберг. – М., 2002.
3. Зимняя, И.А. Педагогическая психология / И.А. Зимняя. – М., Логос, 2001.
4. Торндайк, Э. Бихевиоризм. Принципы обучения, основанные на психологии / Э. Бихевиоризм Торндайк, Э. Торндайк. – М.: АСТ-ЛТД, 1998.
5. Коффка, К. Основы психического развития / К. Коффка. – М.-Л., 1934.
6. Смирнова, Е.В. Развитие культуры иноязычного полилогического общения в послевузовском образовании преподавателей иностранного языка / Е.В. Смирнова. – М., 1999.
7. Ярошевский, М.Г. История психологии / М.Г. Ярошевский. – М., 1985.
8. Леонтьев, А.А. Некоторые общие проблемы в преподавании иностранных языков сегодня. В кн.: Глядя в будущее / А.А. Леонтьев. – М.: РЕМА, МГЛУ, 1992.

***Ю.Н. Хусяинова***

### **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА ПРИМЕРЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ**

Сегодня в тенденциях международного развития все четче проявляется закономерность: место той или иной страны в международном разделении труда, конкурентные позиции на мировых рынках продукции и передовых технологий все более становятся зависимыми от двух взаимоопределяющих факторов: качества подготовки специалистов и условий, которые та или иная страна создает для раскрытия и использования потенциальных возможностей и способностей специалистов в процессе трудовой деятельности.

Гуманизация образования предполагает двуаспектное целеполагание:

- во-первых, общепрофессиональное развитие будущего специалиста, развитие его общей и профессиональной культуры, формирование профессиональной компетентности;
- во-вторых, личностное развитие, профессиональное самовоспитание индивидуально личностных качеств.

С позиций интегративного подхода иноязычная компетентность будущих специалистов не сводима к простому набору знаний, умений и навыков, свойств и индивидуальных особенностей. В ее основе – целостная система этих профессионально значимых качеств и умений, позволяющих выпускнику системно осуществлять свою профессиональную деятельность.

Под компетентностью понимается способность специалиста решать определенный класс профессиональных задач, которая предполагает наличие совокупности взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), необходимых для продуктивной профессиональной деятельности. Компетентность рассматривается как способность использовать и сочетать знания, умения и широкие компетенции в зависимости от меняющихся требований

конкретной ситуации или проблемы, т.е. она коррелирует со способностью справляться со сложными, нередко непредсказуемыми ситуациями и изменениями.

Иноязычная компетентность должна стать стержневым показателем уровня владения иностранным языком, будущего специалиста. Однако, помимо собственно уровня владения иностранным языком данное понятие включает следующие профессиональные умения:

- информационные (умения воспринять, отбирать, систематизировать, структурировать, обобщать информацию и пр.);
- исследовательские (умения находить проблему, формулировать цели, задач, обрабатывать результаты, делать выводы и пр.);
- креативные (воображение, реконструкция, схематизация и пр.);
- интеллектуальные (систематизация, анализ, синтез, классификация, осмысление, типизация и пр.);
- коммуникативные (умения устанавливать контакты, обмениваться информацией, строить взаимодействие и пр.);
- прогностические (предвидение конечного результата, выявление закономерностей и пр.);
- управленческие (умение организовывать управление, мотивировать, контролировать, корректировать, отслеживать результаты деятельности и пр.);
- проектировочные (создание условий, проектирование, моделирование и пр.);
- аксиологические (выбор объекта и форм контроля, сопоставление результатов с нормами, самоорганизация, саморегуляция и пр.).

Именно иноязычное обучение позволяет личности реализовать важнейшие социально значимые функции (коммуникативную, информационную, образовательную, развивающую и др.), которые обеспечивают включение личности в многомерное социокультурное пространство. Так, коммуникативная функция связана с развитием способностей к иноязычному общению, умением строить взаимодействие, усвоением норм поведения, этикета, навыков ведения деловой переписки. Поэтому занятия по формированию иноязычной компетентности должны быть нацелены не столько на совершенствование навыков аудирования или чтения, а, скорее, на развитие общих когнитивных способностей – решать поставленные задачи, самостоятельно мыслить, владеть коммуникативными навыками.

Большого внимания требует совокупность умений, в наибольшей степени влияющих на формирование целостности иноязычной компетентности, – это интегральные умения оценивать свой труд в целом: видеть причинно-следственные зависимости между его задачами, целями, способами, средствами, условиями, результатами; вычленять в нем микро- и макроциклы; переходить от оценки отдельных умений к оценке своей результативности и профессионализма; осознавать взаимосвязь между способами своего труда и результатами. Все это диктуется необходимостью формирования такого специалиста, который был бы способен принимать нестандартные решения, самостоятельно получать знания и решать разнообразные проблемы – конкурентноспособного специалиста.

На современном этапе развития образовательной системы основной задачей является формирование творческой личности специалиста, способной к саморазвитию, самообразованию и инновационной деятельности. Очевидно, что решение данной задачи невозможно только путем передачи знаний в готовом виде от преподавателя к студенту. Поэтому необходимо перевести студентов из пассивного потребления знаний в активного их творца, способного сформулировать проблему, проанализировать пути ее решения, найти оптимальный результат и доказать его правильность.

Следовательно, следует признать, что самостоятельная работа студентов должна быть не просто одной из форм образовательного процесса, но его основой, что способствует оптимизации умственной деятельности студентов, позволяет им почувствовать себя равноправным субъектами учебной деятельности.

В результате творческого переосмысления полученной информации будущий специалист создает собственный образовательный продукт (профессионально-ориентированный



индивидуальный или групповой проект, статья, сочинение, отчет о проделанной работе, таблица, схема, презентация и пр.). Это является свидетельством того, что им осуществлено приращение своих знаний, умений, опыта творческой деятельности.

Формирование профессионально-коммуникативной компетенции возможно только в процессе самостоятельной поисковой деятельности, которая открывает дополнительные возможности непрерывного самообразования специалиста. При этом процесс обучения индивидуализируется, обеспечивается саморазвитие студентов в различных средах: языковой, в сфере коллективного труда и сотрудничества. Кроме того, в процессе самостоятельной деятельности возникают условия для работы с аутентичными текстами. Студенты вынуждены самостоятельно анализировать и отбирать нужные факты, логически их осмыслить, делать выводы и обобщения, что позволяет им формировать собственную точку зрения.

Новые формы работы – проектное и проблемно обучение, кейсовые исследования, ролевые игры, мозговые штурмы и т.д. – должны стать неотъемлемой частью организации обучения будущих специалистов, так как оно предполагает развитие поисковой и творческой деятельности студентов.

Таким образом, обучение студентов по иностранному языку содержит большое количество заданий для совершенствования как лингвистического, так и, в целом, интеллектуального потенциала будущих специалистов и развития умений использования языка в различных сферах деятельности (межкультурная коммуникация, лингвистические исследования и т.п.), что является залогом конкурентоспособности на рынке труда.

#### ***Библиографический список***

1. Ариян, М.А. Методика преподавания иностранных языков: общий курс. / М.А. Ариян, О.Г. Оберемко, А.Н. Шамов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Н.Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2004. – 190с.
2. Пичкова, Л.С. Концепция формирования иноязычной компетентности в магистратуре в контексте Болонского процесса / Л.С. Пичкова, Н.А. Багдасарова. – М.: МГИМО-Университет, 2007. – 130 с.

***И.Г. Шилкина***

### **ИНОЯЗЫЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА ПЕРЕКРЕСТКЕ КУЛЬТУР**

В настоящее время, быстро растущая интернационализация требует развития межкультурной коммуникации среди педагогов и студентов. Межкультурная коммуникация – это непосредственный или опосредованный обмен информацией между представителями разных лингвоструктур. Наиболее актуальными становятся проблемы взаимосвязи языка, культуры и коммуникации. Язык отражает как реальный мир, окружающий человека, так и его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, систему ценностей народа.

В понятие «межкультурная коммуникация» заложено равноправное, культурное взаимодействие представителей различных лингвокультурных общностей. Обязательно учитывается их самобытность и своеобразие, а это вызывает необходимость выявления общечеловеческого на основе сравнения иноязычной и собственной культур. Современное преподавание ИЯ невозможно без привития студентам иноязычной культуры. Преподавание иностранного языка нужно проводить в тесной и неразрывной связи с национальной культурой. Взаимопонимание – это источник жизненной силы современного мира.

Каждое занятие ИЯ представляет перекресток культур. Любое иностранное слово отражает другой мир и другую культуру.

Специалисты в области науки, культуры, техники обратились к ИЯ как орудию производства. Им требуется иностранный язык как средство реального общения с людьми из разных стран. Исходя из этого спроса, преподаватели ИЯ должны обобщить имеющийся практический и теоретический опыт, разработать методы обучения ИЯ как средству общения

между профессионалами, где требуется применение ИЯ, изучать языки в синхронном срезе, т.е. в тесной связи с миром изучаемого языка. Меняются и мотивы изучения ИЯ. Считаем, что основная задача преподавания ИЯ в вузе на неязыковом факультете – это обучение языку как реальному и полноценному средству общения. Из четырех функций языка мы реализовывали только одну – информативную. Мы вырабатывали у студента способность понимать кем-то созданный текст, но не создавать самому. Без создания чего-либо лично, невозможно реальное общение.

Научить людей общаться (письменно и устно), воспроизводить, создавать, а не только понимать иностранную речь – это трудная задача, осложненная еще и тем, что общение – не просто вербальный процесс. Его эффективность, помимо знания языка, зависит от множества факторов: условий и культуры общения, правил этикета, знание невербальных форм выражения (мимики, жестов), наличие глубоких фоновых знаний и многого другого. Преодоления языкового барьера недостаточно для обеспечения эффективности общения между представителями разных культур. Для этого нужно преодолеть барьер культурный.

С одной стороны, изучая иностранный язык и культуру, студенты лучше узнают свой родной язык и культуру, что способствует повышению общего культурного уровня и формированию положительного отношения к своей этнической принадлежности. С другой стороны, сопоставление родного и иностранного языков с учетом социокультурного компонента вскрывает глубокие различия между ними, что может вызвать негативное отношение студентов к этому языку, его носителям и их культуре. В связи с этим, немаловажная роль при обучении иностранному языку, наряду с обучением общению и повышением уровня общей и профессиональной культуры, отводится воспитанию толерантности. В контексте межкультурной коммуникации толерантность означает уважение многообразия иных культур, иных правил речеповедения, самовыражения, образа мыслей и действий. В современных условиях – это воспитание готовности содействовать налаживанию межкультурных связей, представлять свою страну при межкультурном взаимодействии, относиться с уважением к духовным ценностям других культур.

В XXI веке вузовский специалист – это широко образованный человек, имеющий хорошую фундаментальную подготовку. Поэтому ИЯ такого специалиста и орудие производства, и часть культуры, и средство гуманитаризации образования, предполагается фундаментальная и разносторонняя подготовка по языку. Студент должен общаться не только с преподавателем, а использовать ИЯ в живых, естественных ситуациях (научные дискуссии, встречи с иностранными специалистами, участие студентов в международных конференциях). Нужно активно развивать все четыре вида владения ИЯ. Мы должны помнить, что языки должны изучаться в неразрывном единстве с миром и культурой народов, говорящих на этих языках. И.Ю. Марковина утверждает, что в ситуации контакта представителей различных культур языковой барьер – не единственное препятствие на пути к взаимопониманию. Национально-специфические особенности самых разных компонентов культур коммуникантов могут затруднить процесс межкультурного общения.

Преподавание ИЯ должно быть основано на сопоставлении с родным языком и культурой. Это является важнейшим условием оптимизации и развития преподавания ИЯ, русского языка и английского как иностранного.

Проблемы обнаруживаются при сопоставительном изучении двух языков (культур): иностранного и родного. Какие же причины осложняют коммуникацию на иностранном языке? Каждое слово каждого языка имеет свой, присущий только данному языку резерв сочетаемости. Заучивать нужно не отдельные слова, а наиболее устойчивые сочетания, присущие данному языку.

Существует конфликт между культурными представлениями разных народов о предметах и явлениях реальности: колдовские зеленые глаза – звучит романтично, по-английски *green eyes* обозначает зависть, содержит отрицательное значение, обучающийся может употребить слово, не учитывая его значения в другом языке.

Комплекс проблем, препятствующих эффективному развитию межкультурной коммуникации, объясняется рядом причин: монокультурностью мировоззрения, которое приходит в противоречие с требованиями современности, отсутствие оптимальных образовательных моделей, помогающих осмыслению, пониманию и трансляции мировой и отечественной гуманитарной культуры, недостаточной разработанностью образовательных технологий, обеспечивающих становление общекультурных и национально-специфических ценностей.

В результате анализа государственных стандартов и квалификационных требований к студентам гуманитарных специальностей было установлено, что гуманитарные дисциплины не создают основу для умения организовывать межкультурную коммуникацию в межкультурном пространстве, корректировать речевое поведение, блокирующее коммуникацию. Причинами этого являются:

- во-первых, полное отсутствие в неязыковых вузах учебных дисциплин или специальных курсов по межкультурной коммуникации, методов, методик и технологий, позволяющих органично интегрировать процесс формирования межкультурной коммуникации в систему вузовской подготовки студента;
- во-вторых, отсутствие такого рода дисциплин в государственных образовательных стандартах;
- в-третьих, отсутствие в квалификационных характеристиках требований к профессиональной деятельности специалиста в межкультурной среде как одной из перспективных сфер их профессиональной деятельности;
- в-четвертых, описательный характер учебных дисциплин, что не обеспечивает в должной мере общекультурную основу для актуализации навыков, умений и личностно-деятельностных качеств будущего специалиста в межкультурной среде. И последнее, содержание дисциплины «Иностранный язык» построено без должного учета социокультурных компонентов профессионального дискурса, без акцентирования ценностей и нормативных речеповеденческих образцов, способствующих толерантному поведению.

*И.С. Шишкина*

## **РОЛЬ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ФИЛЬМА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

*Скажи мне – я забуду,  
Покажи мне – я запомню,  
Дай мне это сделать,  
И я это сделаю  
(Китайская народная пословица)*

Художественный фильм является одним из важных направлений информационных и коммуникационных технологий в обучении иностранному языку. Это объясняется самой природой кино, одним из свойств которого является высокая степень отражения реальной действительности, способность создавать у учащихся образы, адекватные предметам, явлениям, событиям реального мира.

На базе кафедры иностранных языков ННГАСУ г. Н.Новгорода был организован кино клуб, где показываются фильмы на немецком языке во внеурочное время. Потребность возникновения клуба друзей кино обусловлено следующими факторами:

во-первых, в условиях ограниченности учебных часов языковой практики, преподаватель не всегда имеет возможность продемонстрировать художественный фильм, который длится в среднем 1,5 часа;

во-вторых, показ немецких художественных фильмов помогает студентам получить представление о том, как живой современный немецкий язык используется носителями языка в

различных ситуациях в реальном мире, т.е. погрузиться в естественно звучащий язык. Также художественный фильм лучше, чем какие либо учебные пособия демонстрируют все разнообразие разговорного немецкого языка, и по фильмам хорошо учиться устному общению на немецком языке. Ни в стандартных курсах по грамматике, ни учебных пособиях не представлено большое количество разговорной лексики, сленга;

в-третьих, кинофильмы насыщены страноведческой информацией, что способствует усилению мотивации к знакомству с иноязычной культурой, в данном случае – с менталитетом немецкого народа. Студенты учатся этикету общения в магазине или в кафе, ведению деловых переговоров, получают представление о правильном поведении и ценностях, что так же важно, как и речевые навыки, и словарный запас;

в-четвертых, кино является оптимальным способом для формирования навыков анализа и синтеза звукового и наглядного образа.

Видеоряд обеспечивает динамическую наглядность и ввод информации не только на логическую память, но и на эмоции человека. Язык, воспринимаемый на возвышенном эмоциональном фоне, усваивается лучше. Иными словами, эмоционально заряженная фраза героя кинофильма, произнесенная в критической ситуации, может просто врезаться в память, и студенты могут запомнить ее без особых усилий.

Безусловно, создание киноклуба в нашем вузе является актуальным, так как студенты смогут расширить свой словарный запас, лучше понять носителей языка в ситуациях реального общения, углубить свои знания в области культуры страны изучаемого языка.

Киноклуб способствует достижению следующих целей:

- совершенствовать навык аудирования;
- знакомство с немецкой культурой;
- развитие лингвистической компетенции студентов за счет обогащения лексики из фильма;
- проверка студентами своих ранее полученных знаний (развитие навыков самоконтроля);
- расширение знаний в области кино;
- повышение познавательной активности к изучению немецкого языка;
- развитие дискуссионной компетенции в процессе диалогического высказывания.

Для достижения этих целей решались следующие задачи:

- 1) уточнить особенность фильма;
- 2) выявить тип фильма;
- 3) подготовить текстовый материал для работы с фильмом.

Работа с кинофильмом включает в себя этап подготовки. Сначала просматривается фильм, затем определяются цели его использования. Подбираются соответствующие виды работы и располагаются в определенной последовательности. Различаются три этапа работы с кинофильмом: перед просмотром, во время просмотра, после просмотра.

Первый этап – активирование знаний:

- путем ассоциации (портрет, музыка, картинки);
- мозгового штурма;
- правдивых/ ложных утверждений;
- кластера;
- ключевых слов.

Второй этап – способ просмотра:

- интенсивное зрение: вся информация важная, нужно увидеть также детали, чтобы понять общую идею фильма;
- избирательный просмотр: из всего предлагаемого содержания фильма выбирают только определенную информацию;
- глобальный просмотр: нужно понять только центральную идею фильма, его тему.

Третий этап – контроль понимания фильма и инсценировка дискуссии.

Создание киноклуба позволило сделать обучение немецкому языку более интересным и продуктивным, так как художественный фильм – это естественная ситуация для речевого общения, обладающая большой силой воздействия.

В конце статьи хотела бы привести следующую цитату:

«Зрение предшествует речи: мир открывается ребенку сначала в виде изображения. Когда мы затем научимся объяснять визуальное восприятие мира словами, мы больше не можем избегать противоречивого взаимодействия между восприятием и знанием. Наше общественно обусловленное отношение к тому, что мы видим, формирует вид, как мы это видим и как отображаем явления мира» (Бергер П.).

*Т.В. Долгова*

### **ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫХ ТЕРМИНОВ ДИЗАЙНА ОДЕЖДЫ В РАМКАХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ОБЩЕНИЯ**

Новое столетие ознаменовалось всеобщей тенденцией глобализации, объединения общества. Инструментом объединения, наряду с политическими, экономическими и другими факторами, является язык. По наблюдениям лингвистов, языковое общение представляет собой связующий элемент любого вида сотрудничества.

Как уже неоднократно подчёркивалось, в последнее время мировое сообщество практикует открытость границ как географических, так и языковых. В результате полигlossное население планеты выбрало несколько языков для международного общения, один из которых – английский. Однако для обеспечения взаимопонимания в различных сферах деятельности человеку недостаточно владеть языком на разговорном уровне. Для достижения успешного сотрудничества специалистам необходимо овладеть профессиональным языком специальности – терминологией.

В последние десятилетия вопросам терминологии уделяется особое внимание на самом высоком государственном уровне, по всему миру создаются терминологические центры, проводятся конференции и симпозиумы с участием отраслевых специалистов. В центре внимания современных терминоведов находятся не только теоретические проблемы самой науки, но и прикладные аспекты, в частности, изучение терминологий отдельных отраслей и профессиональных сфер деятельности.

Перечисленные факты послужили импульсом к данному исследованию, цель которого – всестороннее комплексное изучение английской терминологии дизайна одежды и моды. Актуальность исследования продиктована современной ситуацией в мире моды, необходимостью стандартизации и унификации терминологии указанной сферы.

В рамках настоящего исследования автором рассмотрен целый комплекс структурных особенностей и семантических аспектов заявленной терминологии, однако особое место в представленных разработках занимает изучение интернациональных терминов, поскольку терминология так же, как и литературный язык, подвергается интернационализации. Этот процесс проходит параллельно с процессами сближения языков мирового сообщества, популяризация терминоведения также способствует развитию и расширению фонда интернационализмов. В связи с глобализацией общества данный вид исследования приобретает особую значимость.

В настоящее время фонд интернациональной лексики находится в стадии формирования. Начиная рассмотрение данного вида терминоединиц, следует отметить существующие точки зрения языковедов относительно появления и функционирования интернационализмов в разных языках.

В первую очередь необходимо подчеркнуть, что лингвисты относятся к указанной проблеме неоднозначно. С одной стороны, интернациональные термины упрощают процесс профессиональной межкультурной коммуникации, с другой стороны, препятствуют развитию национальных языков. Некоторые языковеды, например М.М. Маковский, подвергают

сомнению само существование так называемых «интернациональных» слов. Ряд учёных (М. Н. Володина, В. В. Акуленко и др.) выдвигают критерии интернационализации, предлагают классификацию интернациональных единиц.

Автору исследования наиболее близка точка зрения социолингвистов, согласно которой появление интернационализмов объясняется наглядной связью интернациональных элементов с общественно-историческими условиями развития языка.

В рамках настоящего исследования автором было рассмотрено 190 терминединиц интернационального характера на примере пяти языков: английского, немецкого, французского, итальянского и русского. Выборка интернационализмов осуществлялась на основе просмотра специальной отраслевой литературы (монографии, журналы, газеты), а также двуязычных словарей. В ходе исследования было выделено четыре группы интернационализмов, функционирующих в английской терминологии дизайна одежды и моды:

- 1) термины с полным совпадением форм (звучание, написание, значение);
- 2) термины с частичным совпадением;
- 3) термины, совпадающие в двух-трех языках;
- 4) «семантические интернационализмы» – структурные заимствования, или кальки.

Терминединицы первой группы количественно преобладают среди остальных и составляют 73 % от общего количества рассматриваемых интернационализмов. Именно данная группа оказалась в центре внимания автора, поскольку в исследовании и обучении терминологии существенную роль играет письменная коммуникация, близость графической оболочки является наиболее значимой. Однако существует и другая причина – значительное увеличение количества интернационализмов данной группы в последние десятилетия. В качестве примеров приведём следующие интернациональные термины, функционирующие в пяти языках: *blazer* – *блейзер*, *tweed* – *твид*, *silhouette* – *силуэт*, *poncho* – *пончо*. Как видно из примеров, исходный язык интернациональных терминов достаточно разнообразен.

В рассматриваемой группе отдельно выделяются термины, созданные на базе интернациональных словообразовательных элементов. Например, *miniskirt* – *мини-юбка*, *anti-mode* – *антимода*. Примечательно, что, наряду с хорошо известными греко-римскими основами, в последнее время появляются гибридные образования нового формата. Ярким примером подобного явления выступают термины-обозначения женских купальных костюмов. Как известно, первый купальный костюм-бикини появился в середине 1940-х годов, однако термин *bikini* зафиксирован гораздо позже (словарь Webster 1970 год). Впоследствии терминология дизайна одежды обогатилась терминединицами *monokini* – *монокини* и *trikini* – *трикини*.

Лексическая единица *bikini* изначально является неделимой, так как представляет собой имя собственное. Однако, как видно из примеров, первые две буквы ассоциировались с английским префиксом *bi-* со значением *два, двойной, состоящий из двух частей*. Модный купальник бикини действительно состоял из двух частей, по сравнению с купальниками первой половины XX века.

Таким образом, в соответствии с принятой ассоциацией, цельнокроеный купальник получил название *монокини*, т.е. представляющий собой монопредмет, а пляжный костюм, состоящий из трёх предметов, включая юбку или парео, обозначается термином *трикини*.

Как показывают результаты исследования, гибридные образования такого рода достаточно быстро становятся интернациональными. В последние годы терминологический ряд единиц обозначения купальных костюмов пополнился термином *tankini* – *танкини* – пляжный костюм, состоящий из пляжной майки и трусиков. Терминологическая единица сама по себе является телескопичным образованием – результатом стяжения *tank+bikini*.

Подводя итог, следует отметить, что функционирование интернациональных терминов в подязыке дизайна одежды и моды является прямым отражением взаимодействия языков и культур, расширением мировой индустрии моды. Увеличение интернационального фонда напрямую связано с глобализацией социально-экономических процессов. Изучение интернационализмов представляет собой большой интерес, так как они являются наиболее подвижной, во всех смыслах, частью лексики.

## УЗУС КАК ХАРАКТЕРИСТИКА AMERICAN ENGLISH

Для современных представлений об английском языке характерно признание наличия, по крайней мере, нескольких его языковых вариантов. Традиционно выделяются американский английский (англ. American English, аббр. AmE, AE, AmEng, USEng, en-US), британский английский (англ. British English, UK English, аббр. BrE, BE, en-GB) австралийский английский (англ. Australian English), канадский английский (Canadian English, аббр. CanE, en-CA) и др.

Данное обстоятельство ставит перед странами, где английский не является родным для коренного населения, проблему выбора его языкового варианта для преподавания в начальных, средних и высших учебных заведениях. Для российской системы образования в течение длительного периода времени традиционной была ориентация на британский вариант английского языка, который преподавался на всех уровнях. В последние десятилетия популярность в России начал стремительно завоевывать American English, что, безусловно, отражает лидерские позиции США во многих отраслях науки, техники и культуры. В РФ издаётся учебная литература по AmE, ведутся учебные курсы. Вместе с тем, значительная преподавателей школ и вузов продолжают вести учебные курсы по British English, вводя при этом в качестве отдельной учебной темы краткую характеристику американского варианта английского языка. В рамках данного подхода учащиеся получают основные представления об особенностях американского произношения, орфографии, пунктуации, изучают наиболее употребительные американизмы (например, apartment, billion, block, first floor, janitor, railroad, sidewalk, subway, truck и мн. др.).

Вместе с тем, при знакомстве или изучении American English далеко недостаточное внимание уделяется языковому узусу (от лат. usus – применение, обычай, правило), общепринятому носителями данного языка, опирающемуся на сложившуюся традицию, употреблению языковых единиц (слов, устойчивых оборотов, форм, конструкций) [1], который является существенной характеристикой любого языкового варианта английского языка.

В данном отношении весьма наглядной и широко известной иллюстрацией является использование have в британском и американском вариантах английского языка, многократно описанное в отечественной и зарубежной учебной и методической литературе [2, с. 283-284].

Между тем, изучение American English предполагает знакомство учащихся с десятками, если не сотнями, может быть, менее известных, но не менее важных для овладения американским вариантом английского, случаев языкового узуса, его региональной вариативности, касающихся выбора синтаксических конструкций, грамматических форм, употребления лексики.

Так, весьма примечательным является употребление Excuse me, Pardon и Sorry. В British English оборот Excuse me не полностью совпадает по значению и употреблению со словом Sorry. Первый из них обычно используется до того, как говорящий сделает или произнесёт что-то такое, что может оказаться досаждающим, докучающим, раздражающим или надоедающим фактором в отношении другого лица. Sorry же используется после произведения действия в целях извинения:

Excuse me, could I get past? ... Oh, sorry, did I step on your foot?

Excuse me, could you tell me the way to the station?

Впрочем, извиниться можно и употребляя более формальный оборот:

I beg your pardon.

В американском же варианте английского и Excuse me, и Pardon me часто используются для извинения за уже совершённые поступки:

Sorry, I hope you haven't been waiting long.

I beg your pardon; I didn't realize this was your seat.

Если же слушающий не расслышал обращённых к нему слов, то в BrE на неформальном уровне используют Sorry? What? и на формальном – (I beg your) pardon?, произносимые с восходящим тоном. Американцы же вполне могут сказать: Pardon me? или Please? [3, с. 229].

Нередко узус распространяется, казалось бы, на мелочи. Однако невнимание к мелочам может привести в дальнейшем к серьёзным языковым ошибкам. Например, в британском варианте английского языка при назывании числительных перед двумя последними цифрами (десятки и единицы) числа используется слово *and*, что нехарактерно для американского варианта:

436 four hundred and thirty-six (AmE: four hundred and thirty-six)

817 eight hundred and seventeen (AmE: eight hundred and seventeen)

2,067 two thousand and sixty-seven (AmE: two thousand and sixty-seven).

Рассмотренные примеры свидетельствуют о том, что успешное изучение American English, равно как и его преподавание, невозможно без целенаправленной работы по усвоению узуса современного американского варианта английского языка.

#### *Библиографический список*

1. Мечковская, Н.Б. Социальная лингвистика / Н.Б. Мечковская. – М.: Аспент Пресс, 2000.
2. Суон, М. Английский язык в современном употреблении / М. Суон. – М.: Высш. шк., 1984. – С. 283–284.
3. Там же, с. 229.

*Н.А. Алексеева*

### **ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

В условиях расширения деловых связей с зарубежными партнерами специалисту необходимо быть психологически готовым к деятельности в новых социокультурных условиях, т.е. уметь вести диалог, соблюдая нормы культурной и деловой этики, принимать оригинальные, но адекватные ситуациям решения, видеть перспективы и планировать стратегии и тактики развития межличностного взаимодействия. Поэтому при подготовке специалиста необходимо развивать интегральные характеристики его личности.

Одной из таких интегральных характеристик является коммуникативная креативность. От уровня её сформированности в большей степени зависит эффективное решение как личных, так и профессиональных задач межличностного взаимодействия.

Зачастую в ситуации общения многие просто отмалчиваются, не вступают в дискуссию, а если и пытаются отстоять свою точку зрения, то становятся агрессивными, перебивают оппонента. Иногда, решившись выступить с докладом, студент теряет нить повествования, начинает запинаться и заикаться, вызывая насмешки слушателей, что навсегда отбивает у него желание повторить опыт выступления.

Таким образом, необходимо выработать такие приёмы обучения, которые окажутся способными восполнить дефицит коммуникации и подготовить студентов к реальному общению.

Обучение иностранному языку играет важную роль в коммуникативной подготовке студентов вуза, так как строится на принципах коммуникативного подхода, целеполагающего создание коммуникативной компетентности и установление взаимосвязи языка и коммуникации в процессе обучения.

Коммуникативный подход в обучении иностранным языкам основан на принципах аутентичности общения, интерактивности, изучении языка в культурном контексте и гуманизации общения.

Первый принцип связан с аутентичностью общения. Развитие коммуникативной компетентности как одной из целей обучения иностранному языку подразумевает научение свободному ориентированию в иноязычной среде и умению адекватно реагировать в различных ситуациях общения.

Второй – представляет собой принцип интерактивности, наличия сотрудничества, где основной акцент сделан на развитие умений общаться. Принцип интерактивности связан с



мыслительными операциями анализа, синтеза, абстрагирования, идентификации, сравнения, сопоставления, вербального и смыслового прогнозирования и т.д., а также способствует развитию социальных и психологических качеств обучаемого: уверенности в себе, способности работать в коллективе.

Третья особенность, характерная для явления коммуникативности, заключается в социокультурном контексте. В реальной языковой практике этот принцип реализуется в развитии лингвострановедческих знаний и умений. К ним относится умение понимать иностранные реалии, знание истории и географии страны изучаемого языка, общественных и социальных отношений в стране, обычаев и традиций, экономики и искусства.

Четвертая особенность, которая проявляется на более широком уровне, – это гуманизация обучения. Большое значение для продуктивного общения имеют такие ценности, как честность, откровенность, бескорыстие, доверие, благодарность, забота, верность слову.

Спецификой дисциплины «Иностранный язык» является постоянное наличие ситуаций общения. Общаясь, люди не только передают и получают информацию, но и познают друг друга.

Основными механизмами познания людьми друг друга при общении являются идентификация, эмпатия, рефлексия. В процессе коммуникации на иностранном языке учет особенностей ситуации общения помогает студентам лучше понять своего партнера. Например, если, выстраивая высказывания, студент учитывает такие факторы, как информированность слушателя, степень официальности общения и т.д., то его высказывание становится более эффективным. Наблюдая за реакцией собеседника, студенты решают, нужны ли еще аргументы, допустимы ли какие-либо субъективные характеристики, необходимо ли противопоставление или обобщение и т.д.

Присущее дисциплине «Иностранный язык», в отличие от других дисциплин, пространство коммуникативности способствует эмоциональному «раскрытию» студентов, формированию их нравственной позиции.

Главную задачу овладения языком в коммуникативном плане можно сформулировать следующим образом: научиться говорить так, как говорят носители языка или, по крайней мере, стремиться к этому, как к пределу. Овладение иностранным языком ориентировано не только на деятельность в общении (на собеседника), и не только на образ мира (на сознание), но и на личность учащегося. Оно связано с рядом личностных моментов. Сюда входят мотивация, та или иная установка, проблема «Я» и личностной, и групповой идентичности и др. Не менее важно понимание общения на иностранном языке как способа актуализации и реализации собственной личности, как особого пути самоутверждения.

Как средство общения иностранный язык входит в структуру сознания личности, поэтому изучение иностранного языка на любом уровне и в любом объеме есть сложный процесс, непосредственно затрагивающий сознание субъекта. Специалисты признают, что освоение иностранного языка не может принципиально не менять структуру языкового сознания человека в общей сфере его когнитивного сознания. Изменения прежде всего обусловлены тем, что человек сталкивается с фактом отторжимости языковой формы от понятийного содержания и вынужден включиться в процесс сравнения форм выражения одного и того же содержания средствами разных языков.

При освоении второго языка происходит изменение собственно языкового сознания, что неизбежно влияет и на общую картину мира в когнитивной сфере. Усвоение новой языковой системы приводит к изменению «угла зрения» на окружающий мир, его понятия, отношения и ценности, к преодолению «монокультурности» и лингвоцентризма. Одна из общих функций дисциплины «Иностранный язык», как любого другого учебного предмета, заключается в обеспечении общего развития обучаемого, расширении его кругозора, знаний об окружающем мире, о людях, говорящих на этом языке. Вторая – связана с формированием определенных черт обучаемого, таких как целеустремленность, настойчивость, самостоятельность, инициатива, с усилением сознательных мотивов поведения. Третья функция связана с развитием всех когнитивных свойств личности.

Одна из этих функций соотносится с социальными функциями человека, т.е. как средство взаимодействия, социальной связи. Другие нацелены на формирование креативной личности – личности, способной принимать нестандартные, оригинальные, выходящие за рамки общепринятых решения.

Для того чтобы креативность сформировалась как глубинное (личностное), а не только ситуативное, свойство формирования должно происходить под влиянием условий среды. Креативная же среда характеризуется проблемностью и мотивацией. И на занятиях по иностранному языку можно (и должно) создать среду для формирования коммуникативно-креативного свойства личности.

Креативность выражается в оригинальной постановке проблемы, наполненной личностным смыслом. Процесс развития креативных свойств начинается с мотивационно-личностного уровня, поэтому для формирования креативности необходим определенный уровень социальности, предполагающий овладение элементарными навыками социальной коммуникации. Обучение должно строиться с учетом прошлого опыта студента и его личных возможностей. Обучение преломляется через личность студента, его мотивы, ценностные ориентации, цели, интересы, перспективы.

Это особенно важно, так как на занятиях по иностранному языку можно обсуждать вопросы, затрагивающие различные стороны жизни. Таков эффективный путь обучения навыкам общения, критическому мышлению, принятию решений, работе в команде, сотрудничеству и т.д.

*В.М. Поляков*

## **БОЛОНСКИЙ ПРОЦЕСС: ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ**

Термин «Болонский процесс» можно считать обобщенным наименованием тех преобразований и регламентирующих их документов, которые касаются создания единой Зоны европейского высшего образования и научных исследований.

В 1999 году 29 стран Европы в г. Болонье (Италия) официально задекларировали и начали процесс объединения четырех тысяч европейских высших учебных заведений, где учатся более 12 миллионов студентов, в единое образовательное пространство. Сегодня 46 стран принимают участие в так называемом Болонском процессе, который, как планировалось первоначально, должен был завершиться к 2010 году. Однако временные рамки Болонского процесса (1999-2010 гг.) не следует рассматривать как твердо установленные календарные границы, так как в документах, имеющих отношение к Болонскому процессу, не содержится жестких предписаний, а есть только рекомендации, в которых отражено стремление стран-участниц к реформированию европейского высшего образования, направленному на повышение его конкурентоспособности в мировом образовательном процессе, прежде всего по сравнению с американским высшим образованием.

Основными параметрами Болонского процесса следует считать переход на многоуровневую систему высшего образования, введение оценки трудоемкости учебной деятельности студентов с помощью системы переводных зачетных единиц (системы кредитов) ECTS, введение общеевропейского приложения к диплому, а также повышение мобильности студентов, преподавателей, научных работников и административного персонала вузов [1].

Как уже отмечалось, инициаторы Болонского процесса планировали завершить создание единого образовательного и научного пространства европейских стран к 2010 году. Однако еще задолго до этой даты стало ясно, что основные цели Болонского процесса не будут достигнуты к 2010 году. Болонский процесс в европейских странах представляет собой довольно пеструю картину, поскольку эти страны имеют сложившиеся национальные системы высшего образования, подготовки научных кадров, оценки результатов учебной деятельности и др., и большинство стран не очень спешит вносить кардинальные изменения в свои образовательные системы. Кроме того, страны имеют различный «стаж» участия в Болонском процессе.

Различия в результатах Болонского процесса могут быть наглядно продемонстрированы на примере систем высшего образования Германии и России. В настоящее время около 80-90% образовательных программ в вузах Германии представляют собой программы для подготовки бакалавров и магистров; в абсолютном большинстве немецких вузов используется система ECTS; академическая мобильность в Германии представляет собой неотъемлемую часть вузовского учебного процесса: в учебных планах многих вузов предусмотрены так называемые «окна мобильности» - периоды, когда студент должен пройти обучение в другой стране; с другой стороны, в немецких вузах учатся около 250 тысяч иностранных студентов. Всем выпускникам немецких вузов бесплатно выдаются Европейские приложения к диплому. В российских вузах наблюдается почти диаметрально противоположная картина: в соответствии с данными, которые приводятся в научной литературе, количество двухуровневых программ составляет примерно 8-9%; система ECTS применяется в порядке эксперимента не более чем в 15% вузов. В научной литературе отмечается довольно низкий уровень академической мобильности в российских вузах. Высокое развитие академических связей отмечается только в вузах Москвы и Санкт-Петербурга [2].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в системе высшего образования Германии основные требования Болонской декларации выполнены почти полностью; в России реформы, связанные с Болонским процессом, по целому ряду объективных и субъективных причин протекают медленно.

Результаты социологического опроса об отношении к Болонскому процессу в России показывают следующее: примерно четверть опрошенных считает, что конвертируемость российских дипломов приведет к «утечке мозгов»; другими причинами негативного отношения к Болонскому процессу являются опасения, что реформы приведут к ослаблению государственного контроля над высшим образованием, сокращению преподавательского состава и, в целом, к разрушению существующей системы российского высшего образования. Дискуссии о необходимости реформ в духе Болонского процесса и характере проведения этих реформ продолжаются в России до настоящего времени. Активными сторонниками Болонского процесса являются Президент РФ Д.А. Медведев, министр образования и науки РФ А.А. Фурсенко, бывший министр образования РФ В.М. Филиппов и др. К числу противников болонских реформ относятся такие авторитетные ученые и администраторы, как ректор МГУ им. М.В. Ломоносова В. Садовничий, мэр г. Москвы Ю. Лужков и др.

28 апреля 2009 года в Левене /Лувен-ла-Неве (Бельгия) состоялась очередная конференция министров, ответственных за высшее образование в странах-участницах Болонского процесса. На ней были оценены успехи и недостатки в реализации Болонского процесса и определены приоритеты для Европейского пространства высшего образования (ЕВПО) на следующее десятилетие.

В принятом на конференции коммюнике «Болонский процесс 2010 – Европейское пространство высшего образования в новом десятилетии» министры отметили, что цели, поставленные в Болонской декларации, и стратегии, разработанные в последующие годы, остаются в силе и сегодня. Поскольку не все цели были полностью достигнуты, их «всестороннее и надлежащее осуществление на европейском, национальном и институциональном уровнях потребует серьезной заинтересованности и наращивания темпов после 2010 года» [3].

В коммюнике назван ряд параметров, обозначенных в качестве приоритетов для европейских систем высшего образования в следующем десятилетии; среди них следует выделить социальное измерение, т.е. равноправие при доступе к высшему образованию и его завершении, образование в течение всей жизни, расширение возможностей для трудоустройства выпускников вузов, «студентоориентированное» обучение, связь между образованием, исследованиями и инновациями, международная открытость и мобильность. Подчеркивается также первостепенное значение государственных инвестиций в высшее образование.

В документе подчеркивается, что высшее образование играет ключевую роль для успешного решения проблем, стоящих перед европейскими странами, в период, когда они сталкиваются с последствиями глобального финансового и экономического кризиса.

В будущем десятилетии Болонский процесс будет совместно возглавляться страной, которая председательствует в Евросоюзе, и страной, не входящей в ЕС. В Коммюнике названы даты запланированных в новом десятилетии конференций министров, ответственных за реализацию задач Болонского процесса. В марте 2010 года в Будапеште и Вене уже прошла встреча Министров образования, посвященная юбилею Болонского процесса. Очередная Конференция Министров состоится в Бухаресте, Румыния, 27-28 апреля 2012 года, а последующие Конференции будут проведены в 2015, 2018 и 2020 годах.

Таким образом, Болонский процесс будет продолжаться еще десять лет, и мы можем теперь говорить о двух его периодах – *болонском* и *леуенском* (лувенском).

#### ***Библиографический список***

1. Glossary on the Bologna Process. English – German – Russian: Beiträge zur Hochschulpolitik 7/2006. – Bonn, August 2006.
2. Сухова, Е.Е. Структурная трансформация высшего образования в Германии в контексте Болонского процесса // Вопросы образования. 2009. № 3. С. 94–113.
3. Коммюнике Конференции европейских министров. Болонский процесс 2020 - Европейское пространство высшего образования в новом десятилетии // Высшее образование в России. 2009. № 7. С. 158–162.

***В.Б. Лебедев***

### **РАЗГОВОРНАЯ РЕЧЬ – ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН?**

Свое наиболее яркое проявление язык находит в непосредственной живой речи. Обиходно-разговорная речь – самая естественная форма существования языка. Разговорная речь (РР) первична, и через нее приходят изменения в языковую систему. Разговорная речь – это актуализация заложенных в языке качеств, с помощью которых становится возможным адекватное поведение человека в повседневной жизни. Как афористично заметил Ю.М.Скребнев, «изучение разговорных форм дает возможность заглянуть в будущее языка» [1].

Вместе с тем, РР как лингвистический феномен неоднородна. Она существует не только в устной, но и в письменной форме (письменная фиксация живого разговора, записки, частные письма, дневники). Устная разговорная речь характеризует непосредственное и непринужденное, неофициальное общение носителей языка друг с другом. Эта диалогическая или монологическая речь никем не подготовлена и никем не обработана. Часто она эмоционально окрашена, обладает большими выразительными и оценочными возможностями [2]. Простое и естественное в языке, являющимся объектом изучения, не приходит само собой. Этому надо обучать и учиться специально. Здесь изучающие РР наталкиваются на большие трудности. Упрощенность кратких структур кажущаяся, а произвольная деформация синтаксического образования ведет к нарушению грамматических и стилистических норм данного языка. Немало ошибок возникает в результате необдуманного переноса особенностей родного языка на иностранный, ибо структурные свойства разговорной речи в разных языках далеко неодинаковы.

Разговорная речь не раз привлекала внимание исследователей, но что касается немецкой РР, то до конца XIX века немецкие ученые сводили ее лишь к рассмотрению диалектальных особенностей. Между тем, РР универсальна и представляет собой «совокупность подсистем разной локальной соотнесенности, функционирующей в более широких географических ареалах, чем местные диалекты» [3]. Во второй половине XX века РР стала объектом пристального внимания целого ряда лингвистов, посвятивших ей свои фундаментальные работы. На базе Горьковского института иностранных языков проводились республиканские

конференции, на которых обсуждались актуальные вопросы русской и иноязычной разговорной речи.

Основные характеристики РР:

1. Краткость выражения, структурная сжатость, то есть количественное изменение компонентного состава.

2. Изменение синтаксических отношений.

3. Особый порядок слов в предложении.

В сфере синтаксиса общими тенденциями для английского, немецкого и французского языков являются: расшатывание структуры предложения, отказ от логико-синтаксических связей, эллипс отдельных его частей, бессоюзие, упрощение сложных периодов и стирание гипотаксиса, использование вводных конструкций (парентеза), прерывающих «прямое» сквозное развертывание основного смыслового содержания предложения.

В качестве одной из важнейших черт обиходно-разговорной речи немецкие авторы указывают широкий диапазон варьирования ее лингвистических признаков [4].

В работах В.Д. Девкина при анализе конструкций РР используется структурный подход. Недвусоставные предложения представлены субстантивными, адъективными, адverbными, партиципными и инфинитивными. Также недвусоставными являются предложения с репрезентацией главных членов второстепенными [5].

Используя стилистические подходы, Э.Г. Ризель основными чертами РР считает непринужденность, эмоциональность, субъективную оценку, конкретность, образность, простоту, динамизм и, кроме того, противостоящие друг другу тенденции: обстоятельность и краткость изложения. Эти стилевые черты реализуются в лексико-структурных средствах, которые составляют дифференциальные признаки РР.

Ю.М. Скребнев, используя структурный подход, на основе анализа РР в нескольких языках, выделяет имплицативные и эксплицативные структуры [6].

Переходя к рассмотрению такого свойства немецкого предложения в РР, как эллиптичность, отметим, что многими лингвистами эллипс не рассматривается как неполное высказывание. Причина этого, по мнению авторов «Грамматики немецкого языка», в том, что «...нельзя установить, когда высказывание является полным. Каждое событие постоянно может еще больше облекаться в языковую форму – границы этого неопределенны.» [7, 411]. С одной стороны, поясняют они, выбор зависит от взгляда на событие, его актуальности и фоновых знаний, с другой, – говорящий привязан к набору определенных языковых форм и правилам их построения. Авторы приводят такой пример:

1. Pass auf den bissigen Hund auf!

2. Pass auf!

3. Der Hund!

Каждое высказывание выполняет свою функцию и может считаться достаточным. Критикуя сторонников структурного подхода, которые говорят о неполноте предложения, немецкие лингвисты называют краткие высказывания ситуативно адекватными и не препятствующими пониманию. «Разве говорящий сначала образует развернутую форму, чтобы ее потом сокращать? Разве слушатель или читатель должен в целях понимания реконструировать полноточную форму?» [7]. Во многих случаях вообще невозможно найти полный (полносоставный) эквивалент.

Неполносоставность предложения – это не ущербность реализации системы, а следствие действия законов социума, сил объективной реальности, находящей свой оптимально соответствующий данной ситуации план выражения. Такой тип нестандартных реализаций и варьирования структуры предложения усиливает динамику предложения, раскрывает его синтаксическую перспективу. Дальнейшее исследование этих свойств помогло бы внести вклад в разработку большого и важного раздела грамматики – синтаксиса реализации.

#### ***Библиографический список***

1. Скребнев, Ю.М. Введение в коллоквиалистику / Ю.М. Скребнев. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 1985.

2. Шведова, Н.Ю. Очерки по синтаксису русской разговорной речи / Н.Ю. Шведова. – М.: Изд-во АН СССР. 1960.
3. Семенюк, Н.Н. Два немецких разговорника XVII столетия (к характеристике разговорно-обиходного языка) Philologica. Исследования по языку и литературе / Н.Н. Семенюк. – Л.: Наука, 1973.
4. Veith, W.H. Zum Problem der umgangssprachlichen Unsystematik. / W.H. Veith - Muttersprache. Zeitschrift zur Pflege und Erforschung der deutschen Sprache. Mannheim: 1968. H.12.
5. Девкин, В.Д. Особенности немецкой разговорной речи / В.Д. Девкин. – М.: Международные отношения, 1965.
6. Девкин, В.Д. Немецкая разговорная речь. / В.Д. Девкин. – М.: Международные отношения, 1979.
7. Скребнев, Ю.М. Общелингвистические проблемы описания синтаксиса разговорной речи / Ю.М. Скребнев. – Горький, 1971.
8. Zifonun, G., Hoffmann, L., Strecker, B. Grammatik der deutschen Sprache. / G. Zifonun, L.Hoffmann, B.Strecker. Grammatik der deutschen Sprache. Walter der Gruyter. Berlin. New York. 1997. B.1.

*М.В. Лебедева*

### **РОЛЕВЫЕ ИГРЫ В ПРЕПОДАВАНИИ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА В РАННЕМ ВОЗРАСТЕ**

Проблема раннего обучения иностранным языкам является в последнее время одной из наиболее дискутируемых в методике, педагогике и психологии. Некоторые исследователи считают, что обучение иностранным языкам мешает усвоению родного языка и оно должно быть перенесено на более старший возраст. Другие полагают, что обучение иностранным языкам в раннем возрасте имеет большое значение для развития личности ребёнка, способствует становлению его языковых, познавательных, мыслительных и коммуникативных способностей. Эта точка зрения находит в последнее время всё большее количество сторонников, на практике это выражается в том, что всё большее количество детских садов и начальные классы вводят преподавание иностранных языков.

Методисты, в свою очередь, уделяют большое внимание повышению уровня преподавания в начальных классах и в детских садах, о чём свидетельствует большое количество появившихся пособий по немецкому языку, и особенно по английскому языку, для обучения детей дошкольного возраста и для детей начальных классов.

Первоначальная задача, которая стоит перед методистами, заключается в том, чтобы приблизить учебное общение к неучебному, т. е. сделать учебное общение, которое будет тяготить маленького ребёнка, коммуникативно- мотивированным. Одной из форм организации учебного процесса по обучению иностранному языку на ранних ступенях, отвечающей всем требованиям, является ролевая игра.

Всё изложенное позволяет судить об актуальности рассматриваемой в данной работе проблеме использования ролевой игры в обучении иностранным языкам на ранних этапах обучения (в детском саду и в начальных классах). Научная новизна работы заключается в разработке достаточно эффективной и несложной методики организации и проведения ролевой игры на занятиях иностранному языку в начальных классах.

Объектом данного исследования является ролевая игра как одна из наиболее эффективных форм организации процесса обучения иностранному языку дошкольников и младших школьников, и ее основные функции. Выдвинутая следующая гипотеза использования ролевых игр на разных этапах урока немецкого языка не только обеспечивает хорошее владение программой, языковым материалом (лексическим и грамматическим), но и повышает качество речевых высказываний, что проявляется в инициативности говорящего, в элементах его творчества, эмоциональности, разнообразии речевых образцов, в широком использовании форм речевого этикета и эстетических средств коммуникации.

В соответствии с этим цель настоящего исследования заключается в том, чтобы доказать преимущества ролевой игры по отношению к другим формам работы на раннем этапе:

заучиванию наизусть песен, стихов, рифмовок, а также в составлении методики использования ролевых игр на этой ступени обучения.

Для реализации этой цели предполагалось решить следующие задачи:

- 1) изучить психологические и педагогические особенности исследуемого нами возраста;
- 2) выяснить основные вопросы организации и проведения ролевых игр на раннем этапе обучения иностранному языку;
- 3) проанализировать действующие пособия по немецкому языку для ранних этапов обучения и определить возможности по использованию ролевых игр;
- 4) разработать комплекс ролевых игр для обучения детей немецкому языку;
- 5) провести опытную проверку разработанного комплекса ролевых игр.

Важнейшими методами являлись следующие: анализ методической, педагогической и психологической литературы по рассматриваемой проблеме; анализ действующих пособий по немецкому языку для детских учреждений; наблюдение за процессом обучения немецкому языку на ранних этапах обучения и опытная проверка разработанного комплекса ролевых игр для обучения немецкому языку. Также было сделано сообщение для студентов третьего курса факультета немецкого языка.

Проведя теоретический анализ, можно с полным правом утверждать, что игра является ведущей деятельностью на раннем этапе обучения, что признаётся решительно всеми. Включение РОИЯ в систему непрерывного образования способствует гармоническому развитию личности ребёнка, развивает его общие и языковые способности, позволяет заложить более прочную основу для успешного изучения ИЯ в средней общеобразовательной школе, при условии методически правильно организованного процесса и благодаря учёту психолого-физиологических особенностей детей данного возраста.

Ребёнок всегда играет, он есть существо играющее, но игра его имеет большой смысл. Она точно соответствует его возрасту и интересам и включает в себя такие элементы, которые ведут к выработке нужных навыков и умений. Разнообразные игры представляют широкое поле действий, открывающие большие возможности обучения. Ни одна игра не повторяет в точности другую, каждая из них представляет мгновенно новые и новые ситуации, которые требуют новых и новых решений. Это и обуславливает целесообразность применения РИ.

## **Выводы**

1. В результате изучения психологической, педагогической и методической литературы по исследуемой в данной работе проблеме можно сделать вывод о том, что дошкольный возраст и возраст школьников начальных классов является наиболее благоприятным периодом для того, чтобы с него начинать обучение иностранным языкам.

2. Устная форма обучения является единственно приемлемой для этого возрастного периода.

3. Быстрая утомляемость детей 5–7 лет вынуждает к частой смене видов работы, требует таких форм проведения занятий, которые способствуют наилучшему усвоению учебного материала, с наименьшими усилиями и затратами умственной и физической энергии.

В связи с этим одним из основных приемов обучения дошкольников и школьников младших классов должна быть игра, в том числе и ролевая игра.

4. Анализ действующих пособий показал, что авторы книг не уделяют должного внимания ролевой игре, а отдают предпочтение стихам и рифмовкам, что является ошибочным и ведёт к механическому заучиванию.

5. При разработке и использовании ролевой игры необходимо учитывать некоторые особенности:

а) учитель должен тщательно подготовить ролевую игру (цели, описание базовой ситуации, аксесуары и т. д.);

б) учитель должен учесть такие критерии, как замысел, сюжет, роли, правила и правильно оформить и провести ролевую игру;

в) ролевая игра в основном должна строиться на параметрах жизненных ситуаций.

6. Опытная проверка показала, что использование ролевых игр на уроке немецкого языка в начальных классах оказывает благоприятное влияние на формирование речевых высказываний, а также создаёт благоприятный психологический климат. Дети раскованы в игре, не боятся выглядеть смешными, фантазируют.

7. Использовать ролевые игры следует регулярно и целенаправленно, отводя ей основное в обучении иностранному языку.

Личность ребёнка формируется в игре, которая является ведущей деятельностью в дошкольном и раннем школьном возрасте. Поэтому основным приёмом, используемым при обучении дошкольников и школьников младшего возраста иностранному языку, должна быть ролевая игра.

Ролевая игра для детей дошкольного младшего школьного возраста строится на параметрах жизненных ситуаций в результате наблюдения за ними в естественной обстановке.

В ходе экспериментальной проверки предлагаемого комплекса ролевых игр получило подтверждение положение о том, что ролевая игра позволяет преодолеть большинство трудностей, связанных с условным характером иноязычного общения и усиливает положительное воздействие иностранного языка на становление личности дошкольника и младшего школьника.

Результаты теоретического исследования возможностей использования ролевой игры и её опытной проверки при обучении немецкому языку школьников позволяют утверждать, что ролевая игра сказочно-обиходного характера должна быть одной из форм организации обучения иностранному языку.

*И.А. Костюкова*

## **К ВОПРОСУ О ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ ЧТЕНИЮ ТЕКСТОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

Одним из основных показателей образованности специалиста и существенным компонентом профессиональной деятельности становится иностранный язык. Это значит, что значительно возрастает его роль при подготовке специалистов в вузе. Владение иностранным языком открывает путь к самосовершенствованию молодого специалиста, повышает его конкурентоспособность на рынке труда, расширяет возможности профессионального роста. Студенты понимают необходимость знания иностранного языка для продолжения обучения и осуществления профессиональной деятельности. Однако демонстрируемый ими в ходе итоговых экзаменов уровень владения иностранным языком остается достаточно низким и не вполне отвечает требованиям профессиональной деятельности. Поэтому студенты, реально оценивающие свои знания и требования рынка труда, пытаются продолжить изучение иностранного языка. Следует обратить внимание на объективные предпосылки низкого уровня владения иностранным языком. Отрицательным моментом является сокращение количества аудиторных часов, выделяемых для изучения иностранного языка. Изучение иностранного языка уже с первого курса должно быть нацелено на конечный результат: использование языковых умений и знаний в будущей практической деятельности.

Осуществить профессионально-ориентированное обучение иностранным языкам можно различными путями. Одним из них является тематическая направленность обучения чтению. Учитывая различный уровень языковой подготовки, имеющий в последнее время тенденцию к значительному снижению, целесообразно делить весь курс изучения иностранного языка на два уровня.

*Первый уровень* (первый семестр) – базовый, на котором студенты должны овладеть основами грамматики и лексическим материалом, необходимым для участия в беседе на темы повседневной жизни, учебы, отдыха, увлечений. На этом уровне осуществляется выравнивание языковой подготовки студентов, они приобретают определенные знания по страноведению, которые окажутся для них важными при переходе на следующий уровень. Студенты должны



знать историю страны изучаемого языка, нравы, обычаи, современный уровень ее культурного, экономического развития, роль в мировой экономике и т. д.

На *втором уровне* (второй и третий семестры) происходит качественное изменение в изучаемой тематике: наряду с расширением запаса общеразговорной лексики, осуществляется постепенное углубление в будущую специальность, освоение специальных терминов, расширение терминологического словаря студентов, продолжается работа по четырем видам речевой деятельности и совершенствованию умений и навыков перевода. Студентам предлагается работа с оригинальными источниками (периодические журналы по экономике, статьи из газет, материалы из Интернета, с различных конференций, деловых встреч, деловая и юридическая документация (контракт, рекламация, прейскуранты), рекламные материалы и т. д.). Специфика иноязычной подготовки будущих специалистов заключается в том, что студенты овладевают не только иностранным языком, но и приемами работы со специальной иностранной литературой, терминологией и понятиями, специфическими для зарубежного опыта. Процесс обучения переориентирован на решение учебно-познавательных и профессионально-познавательных задач. Теперь при изучении иностранного языка чтение все чаще выступает как самостоятельный вид речевой деятельности, целью которой является получение необходимой информации из текста для ее последующего использования.

Наиболее важным, доступным и надежным источником информации является текст. Это предполагает овладение определенными видами и технологиями чтения. Самыми распространенными видами чтения являются: аналитическое, изучающее, ознакомительное, поисковое. При чтении студенты должны находить по формальным признакам главное (на уровне предложения или всего текста), второстепенное, ключевые слова, игнорировать неизвестное, если оно не мешает достижению поставленной задачи, уметь прогнозировать по заголовку текста его содержание, структурно оформлять текст, составлять план и, согласно ему, излагать информацию, находить части текста по интересующему вопросу.

Результатом процесса понимания могут быть: перевод на русский язык, аннотирование, реферирование, краткий пересказ прочитанного, обсуждение затронутых проблем, высказывание и отстаивание собственной позиции. Иностранные тексты, используемые при обучении в неязыковом вузе, должны быть информативными, способными вызвать интерес студентов. Использование таких текстов позволяет оптимизировать процесс приобретения студентами умений по извлечению и переработке содержащейся в них информации, языковых знаний, обеспечивающих устную и письменную речевую деятельность на иностранном языке.

Неотъемлемым компонентом учебного процесса в неязыковом вузе являются межпредметные связи. Для методики обучения иностранному языку проблема межпредметных связей не является новой. Известно, что работа с текстами, отражающими межпредметные связи, способствует углублению профессиональных знаний студентов, повышает их интерес к избранной профессии, интенсифицирует процесс обучения иностранному языку. Исходя из этого, можно утверждать, что одним из основополагающих принципов при отборе текстов для чтения является учет межпредметных связей. Рассматривая чтение как вид речевой деятельности, представляющей собой процесс восприятия и переработки информации, необходимо подчеркнуть, что главным показателем зрелости чтения служит полнота и глубина понимания смыслового содержания читаемого, смысловой обработки поступающей информации.

Понимание смыслового содержания текста осуществляется читающим сразу на нескольких уровнях. На первом уровне происходит прогнозирование темы текста с учетом его сильных позиций (заголовки, начальные и конечные абзацы). Заголовок текста и его начальные абзацы связаны с его темой, основная часть содержит фактическую информацию, а конечные абзацы - вывод.

Второй уровень – это уточнение и развертывание темы текста, определение смысловых единиц текста (например, ключевых слов, терминов), определение способов связи между

предложениями и абзацами текста, следование фактов по времени, установление причинно-следственных связей.

На третьем уровне понимания происходит осознание не только того, о чем идет речь в тексте, но и как, какими средствами это достигается. Цель этого уровня – извлечение основной фактологической информации.

На четвертом уровне наступает понимание главной мысли текста, независимо от того, сформулирована ли она или дана в подтексте. Перед началом работы над текстом необходимо снять лексико-грамматические трудности: выписать незнакомые слова с их переводом; обратить внимание на многозначность слов, использование их в качестве терминов; на реалии географического, исторического и другого характера; на особенности, связанные с культурой, традициями данной страны и т. д., а также дать краткое объяснение тех грамматических явлений, которые не были пройдены.

После прочтения текста наступает завершающий этап работы с ним: контроль понимания прочитанного. Среди приемов контроля следует выделить тесты. Они позволяют легко и быстро выявить уровень понимания. Выполняются данные тестовые задания после прохождения студентами определенной темы. Тестовые задания на понимание прочитанного могут быть использованы при работе с любыми текстами. Среди лексических заданий можно выделить следующие: подобрать синонимы, антонимы; отметить слово, не подходящее к данной цепочке слов; выбрать слово, которое можно (нельзя) употребить с выделенным словом; отметить слова, относящиеся к данной теме.

Для проверки понимания прочитанного предлагаются задания: подобрать к тексту соответствующий заголовок, определить, соответствует ли данный заголовок содержанию текста, есть ли данная информация в тексте, расположить события (предложения) в логической последовательности, отметить вопросы, на которые есть (нет) информация в тексте. Это, естественно, неполный перечень заданий, которые могут быть использованы для контроля понимания. Следует отметить, что одно из основных требований, предъявляемых к тестовым заданиям, – это четкая их формулировка и однозначность решения.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что текст по специальности, интерпретируемый и используемый для решения различных задач, служит формированию профессиональной коммуникативной компетенции, а имеющаяся в этих текстах информация не только углубляет профессиональные знания студентов, но и повышает интерес к избранной профессии и изучению иностранного языка. Умение зрелого профессионально-ориентированного чтения, владение рациональными приемами работы с текстом имеют особое значение для последующего самообразования специалиста, повышения уровня его профессиональной квалификации.

*М.Н. Жадейко*

## **АНТРОПОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ АНГЛИЙСКИХ СОМАТИЗМОВ**

Обращение к мыслительным процессам определяет современное состояние лингвистики. Языковая специфика рассматривается как отражение ментальных концептов. Изучение концептуальных сущностей через язык носит разноаспектный характер. Антрополоингвистические исследования последних лет связаны с установлением последовательности исторического развития мышления человека [1]. Исследования на историческом материале подтверждаются результатами психологических изысканий [4]. В целом характерна общая тенденция эволюции от синкретичных форм мышления к детальной категоризации действительности. Применение данных исследований в методике обучения иностранным языкам позволит построить учебный процесс более эффективно.

Развитие сознания человека определяет семантические связи, детерминирующие эволюцию полисемии. Эволюция метонимических и метафорических транспозиций обогащает

представление об объективной действительности, открывая в представлении о частях тела новые аспекты. Смысловая форма соматизма на отдельном историческом этапе является результатом ассоциативного мышления, регистрирующего новые взаимоотношения понятий. Логико-лингвистический анализ обнаруживает смысловые модификации переработанного сознанием образа части тела человека, которые закрепляются в семантической структуре многозначного слова.

Типичность деривационных основ может стать отправным моментом в разработке методических рекомендаций по овладению многозначной лексикой английского языка, которая заимствуется в специальные области знания. Семантика соматизма регистрирует развитие метонимических и метафорических ассоциаций на базе уже установленных свойств и характеристик. Эволюция метонимических отношений представляет новые денотаты в рамках конвенциональных систем. *Ear / слух, восприятие на слух → a citizen's-band radio, its antenna or the vehicle carrying (1976 г.) / любительская радиостанция, антенна либо фургон.* Семантика слова фиксирует связь между слуховым восприятием и определённым источником звука. *Любительская радиостанция* имеет свой круг постоянных слушателей и, соответственно, эта семантическая связь приобретает статус концептуальной структуры.

Панхронический анализ регистрирует постепенное развитие функциональных ассоциаций в семантической структуре многозначных соматизмов. Например, *shank / голень* фиксирует деривационную последовательность, начиная с значения *a stocking (1546 г.) / чулок*, которое затем мотивирует производное *a lug, stud, or ear, projecting from an object, by which it is held, or which affords a bearing or point of attachment (1677 г.) / ушко, служащее крепежом.* Метонимическая транспозиция генерирует метафорическое переосмысление по аналогии *формы*. Последующая транспозиция *a part or appendage by which something is attached: that part of a ring which encircles the finger (1688 г.) / крепёжная часть: та часть кольца, которая обхватывает палец*, – эксплицирует функциональную значимость *крепежа*. Символ метафоры представлен образно-функциональным комплексом характеристик.

Метонимический перенос *содержимое → контейнер* закладывает базу для внешней аналогии, которая позднее подвергается переосмыслению с точки зрения использования механизма. Семасиологическая последовательность развития значений свидетельствует о постепенном переходе от образных приоритетов к функциональным. Эволюция мышления вносит свои коррективы в действительность, трансформируя исторические впечатления в более современные. Соматическая лексика остаётся востребованной для новых специальных номинаций, благодаря переосмыслению параметров членения действительности.

Развитие полисемии английского языка регистрирует появление новых семантических компонентов и преобразования в представлении фрагментов действительности. Наряду с сложившимися стереотипами, возникают новые ситуации, которые находят отражение в языковых проявлениях. Отличительной чертой новых производных значений становится ограниченность сферы их употребления. Это могут быть специализированные единицы, представляющие конкретную профессиональную сферу. Действительность генерирует появление новых понятий и установление более современных смысловых связей между элементами семантики слова. Пересмотр известных представлений о действительности приводит к развитию ассоциативного мышления и содержательной структуры полисеманта. Семантические модификации многозначных соматизмов, мотивирующие появление терминов, регистрируют расширение контекста фоновых знаний о частях тела.

Метафоричность и метонимичность мышления человека [3] обуславливают появление терминологических значений в семантике соматизмов. Нарастающая дифференциация специального знания находит отражение в историческом увеличении количества специальных областей знания, представленных в семантической структуре многозначных соматизмов. Первые специальные пометы, ограничивающие сферу употребления значений, датируются Средневековьем. Анализ исторического материала на базе лексикографических справочников показывает, что исследуемая соматическая лексика, в количестве девятнадцати единиц, входит в состав более чем шестидесяти специальных сфер знания.

Постепенно специализация становится основным средством развития полисемии у современных соматизмов. Такая специализация соматизмов осуществляется на метафорической базе. Метонимические ассоциации с соматизмами регистрируются только в области медицины и спорта. Семантические модификации, фиксирующие специальное знание в структуре многозначных слов, детерминированы как визуальными, так и рациональными характеристиками частей тела. Конвенциональной ассоциацией, наблюдаемой в специальных значениях соматизмов, является пространственная ориентация. Например, *back* в значении *реергард войск*. Такой способ восприятия, очевидно, можно рассматривать как базовый не только в общепринятой картине мира, но и в сферах специального знания.

Специализация соматизмов не только повторяет семантические закономерности естественного языка, но также продолжает развитие ассоциативных связей. Так, представление о *мягких тканях тела* закрепляется в семантике соматизма *body*, благодаря метафорическому переносу *the paste used in the manufacture of porcelain*. Антропологическая реконструкция образования специализированной лексики на базе изучаемых соматизмов позволяет установить исторические тенденции в отражении семантикой внеязыковых объектов. Образование первых эзотерических единиц обусловлено внешними, иногда случайными, признаками частей тела. Дальнейшая ассоциативная перестройка в семантике слова, вызванная отражением изменений в базовых знаниях носителей языка, приводит к утрате отдельных специальных значений. Антропологическое уточнение представления о действительности и историческое стремление к детализации знания детерминируют семантические преобразования в выражении понятия. Например, утрата значения *ножки циркуля* в структуре полисеманта *shank* вызвана его перемещением в семантику *arm*. Семантика последнего соматизма точнее передаёт специальное понятие, манифестируя при этом функциональную специфику части тела. Если понятие *ножки циркуля* соотносится с *shank* как частью тела визуально, то с *arm* его связывает еще и аналогия о назначении устройства.

Уточнение представления о частях тела порождает новые ассоциации, закрепляемые семантической деривацией в специальных единицах. Теоретическое переосмысление визуального опыта, обусловленное эволюцией научного мышления, приводит к появлению специализаций типа *body* в значении *a figure of three dimensions*. Семантика слова модифицируется, фиксируя антропологические изменения в освоении действительности. Историческое развитие визуальной аналогии в семантике соматической лексики приводит к регистрации сознанием схематического отображения частей тела. Так, в случае с *ear* в значении *ушко*, номинирующем средство крепления, специализированное переосмысление порождается визуальным образом *ear* как *круглого отверстия*.

Историческая ориентированность человека на внешние особенности объектов, номинируемых соматической лексикой, постепенно сменяется регистрацией функциональной специфики денотатов. Экспликация в семантике слова функциональных характеристик соматизма обусловлена филогенетическим потенциалом мыслительных интенций человека.

Так, значение *head* *радиомагнитная головка* впервые регистрирует в языке специфику работы *головного мозга, состоящую в преобразовании электрических импульсов в движение*. Углубление познания модернизирует способы интерпретации действительности. Организация понятийной системы современного человека строится на рациональных ассоциациях, что обуславливает пересмотр существующих эмпирических наблюдений и выделение новых аспектов в ментальном представлении объектов.

#### Библиографический список

1. Гринев-Гриневиц, С.В. Основы антропологистики (к лингвистическим основам эволюции мышления): учеб. пособие / С.В. Гринев-Гриневиц, Э.А. Сорокина, Т.Г. Скопюк. – М.: Компания Спутник+, 2005. – 114 с.
2. Лаврова, А.Н. Антропологический подход к изучению терминосистемы органики // От слова к термину: К юбилею С.В. Гринёва: сб. научных трудов. – М.: «Диалог», 2006. С. 150–158.
3. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живём: [пер. с англ.] / Дж. Лакофф, М. Джонсон;

О.А. Шередекина

## СУЖЕНИЕ КАК МЕХАНИЗМ ПАНХРОНИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СИНОНИМИЧЕСКОГО РЯДА FLASK

Проводимое исследование предполагает соотношение синхронных синонимических рядов (CPs) в диахронии. Корреляция двух временных масштабов в рамках панхронического анализа у CP FLASK позволяет выявить исторический процесс развития синонимической группы. Количественное увеличение CP определяется расширением внутренней структуры слова на основе синонимического понятия первичной номинации посредством сужения как одного из механизмов семантических трансформаций [1; 2]. Процесс сужения как результат вторичной номинации базируется на преодолении свойства «гетерогенности», размытости производящих значений [3]. В сужении находит свое выражение углубление обобщающей способности мышления, более осмысленное восприятие действительности человеком.

Углубление процесса познания мира, реализуемое в пределах лексемы, становится возможным благодаря новым способностям мышления человека. Анализ исследуемой лексики доказывает исторический характер мышления, типологизируемого в антропологистике [4]. Продуктивным способом количественного увеличения CP является сужение. Стереотип сужения хронологически базового понятия эксплицируется отсутствием способности древнего человека к детализации. Эволюционируя, человек начинает выявлять всё большее количество признаков денотатов.

Основанием для развития CP FLASK в перспективе является flask. Первые данные о лексеме представлены в латинском языке. В трактате «Диалоги» Грегори лексема представлена как *flascō*, *flascōnem* в значении *a wooden vessel / деревянный сосуд*, в особенности *a small keg intended to be carried by pedestrians and to contain a supply of wine to be consumed on a journey / бочонок путешественника*.

Семантическое значение flask (1), зарегистрированное в эпоху англо-саксонской гептархии, носит расплывчатый характер, присущий человеку с наивным типом мышления. Ассоциация всех сосудов, предназначенных для перевозки алкогольной продукции, с flask подтверждает ограниченные лингвистические возможности древнего человека. Представление англосаксов о предмете, обозначенном flask, основано на материально потребительском опыте и представлено функциональным признаком *for carrying liquor / для транспортировки спиртных напитков*, являющимся единственным дифференциальным признаком. Синкретизм представления flask (1) способствовал идентификации этого понятия с другими и, тем самым, вытеснению лексемы из лексикона. Архаизации понятия в 1000 г. также способствовало постепенное усложнение мыслительной деятельности человека, приводящей к выявлению, помимо функциональной характеристики, признаков денотата, определяющих внешний вид.

Впервые процесс сужения базового понятия появляется в XIV в. Установление функциональной особенности денотата в *ampul* (2) в отличие от *ampul* (1) характеризует протонаучный период развития английской лексики. Статус религиозного термина определяется имплицитно в дефиниции OED посредством специфики применения объектов *...for holding consecrated oil, or for other sacred uses...*, 1362 г. / *для хранения благословленного елея или других религиозных нужд*.

Конкретизация понятий CP FLASK также является результатом первичной номинации. При этом наличие у понятия широкого спектра дифференциальных признаков является результатом сформировавшегося представления об объекте в культуре других стран. Заимствование *ampulla* как понятия, характеризующего объект древнеримской культуры, представлено дифференциальными признаками «размер», «форма» и «дополнительный элемент» в *a small nearly globular flask or bottle, with two handles / ампула*. Популяризация

достижений древних культур во времена эпохи Возрождения в корреляции с материальным миром англичан способствовала сопоставлению *ampulla* (2) с *ampul* (2). В среднеанглийском *ampul* соотносилась с понятием *often handle-less flasks for holy water or holy oil in the Middle Ages, often bought as souvenirs of pilgrimages* / средневековые фляжки для освящённой воды или масла, идентифицируемые с приспособлением пилигримов.

В ранненовоанглийский CP FLASK входят понятия, дифференцирующие денотаты на основании признака «размер». Перекрёстный перенос определяет понятие *flasket* (2) *a small flask, 1577 г. / маленькая бутылка*. В основе перекрёстного переноса лежит не традиционное семантическое преобразование ранее существовавших признаков *flasket* (1), а ошибочное уравнивание однокоренных лексем *flask* и *flasket* на диалектном уровне. Исходным семантическим значением для *flasket* (2) является архаичное представление *flask* (1).

Объём сосуда дифференцирует понятие **flagon** (1a<sup>2</sup>). Основой для формирования среднеанглийской *flakon* является старофранцузский этимон *flacon*, заимствованный ранее из латинского языка (*flascōn-em*). В английский *flagon* вошла как *a metal bottle with a screw top, such as was carried by pilgrims* / фляга паломника.

Как и в ранненовоанглийский, в неоклассический период продолжается конкретизация признаков денотатов за счёт особенностей размера как *of a capacity of from 3 to 4 pints* / объёмом от 3 до 4 пинт. Сфера использования фляги расширяется от приспособления паломников (*in flask*) до приспособления военных, путешественников, рабочих и т.п. в *canteen* (4) как *a small tin or wooden vessel... for water or liquor, carried by soldiers on the march, travelers, workmen, etc., 1744 г.*

Современный тип мышления предполагает пополнение словарного состава языка и расширение структур лексем терминами, маркируемыми английскими толковыми словарями. Смещение функциональной характеристики с термина торговли (*flask* (3a<sup>1</sup>)) на термин, обозначающий снаряжение путешественника (*flask* (3c)), *a flat bottle... for the pocket, used to carry wine or spirits for a journey, 1814 г. / карманная фляжка путешественника* ознаменовало процесс формирования научного типа мышления человека.

Терминологический статус этого синонимического значения вскоре был утрачен в связи с широким распространением моды на путешествия и доступностью подобного вида отдыха. Переход от *flask* (3c) к *flask* (3d) определён процессом трансформации формы денотата. Заимствование признака «дополнительный элемент» *furnished with a screw-top, and (when made of glass) encased in leather for protection* / снабжённый пробкой и заключённый в кожаный чехол (стеклянный) сосуд у *flask* (3a<sup>1</sup>) параллельного CP BOTTLE нейтрализуется в *flask* (3d). Расплывчатый характер признака «форма» у *flask* (3c) *somewhat flat in shape* / слегка плоской формы конкретизируется в *flask* (3d) *a flat bottle* / плоская бутылка.

Дальнейшее сужение понятия *flask* (3d) детерминировало формирование термина горной промышленности *flask* (3e). Основанием для выявления специального понятия являются признаки «материал», «функция» и «размер», не характеризующиеся вариативностью как *an iron bottle, of 76 ½ pounds capacity, in which quicksilver is sent to market, 1872*.

Процесс панхронического развития CP FLASK опосредован исторически усложняющимся восприятием человеком объектов окружающего мира. Сужение синкретических представлений, определяющих лексику древнеанглийского периода, реализуется в расширении CP FLASK. Формирование более поздних понятий детерминировано выявлением таких признаков денотатов, как «внешний вид», «материал», «функция» и др. Становлению специализированных понятий способствовало устранение вариативности в определении дифференцирующих признаков.

#### Библиографический список

1. Будагов, Р.А. Язык и речь в кругозоре человека / Р.А. Будагов. – М.: Добросвет, 2000. – 304 с.
2. Рожков, Р.Р. Опыт систематизации лексических корреляций. (Внутриязыковой и контрастивный аспекты) / Р.Р. Рожков. – М.: МАКС Пресс, 2008. – 165 с.
3. Араева, Л.А. Полисемия и синонимия производного слова как отражение динамики

языкового знака / Л.А. Араева, П.А. Катышев // С любовью к языку: сб. науч. тр. – М. – Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2002. – С. 227–236.

4. Гринёв-Гриневич, С.В. Основы антропологистики (к лексическим основаниям эволюции мышления человека): учеб. пос. / С.В. Гринёв-Гриневич, Э.А. Сорокина, Т.Г. Скопук. – М.: Компания Спутник+, 2005. – 113 с.

5. The Oxford English Dictionary (OED): A New English Dictionary on Historical Principles: in 20 vol. / Prepared by J.A. Simpson and E.S.C. Weiner. – Oxford: Clarendon Press, 1989.

*Ю.И. Скудалова*

## **МЕДИЦИНСКИЙ АНГЛИЙСКИЙ, ИЛИ КАК МЕДИКУ ВЫУЧИТЬ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

С каждым годом английский язык начинают изучать все больше и больше людей, что связано не с расширением кругозора людей: просто он стал не только универсальным языком общения людей разных национальностей и культур, но и средством обмена опытом с коллегами из разных стран. Сегодня российские и иностранные врачи постоянно обмениваются опытом друг с другом. В медицине Россия всегда была одной из ведущих стран. Мало какая техника может сравниться с техникой медицинского назначения. И если малейшая информация будет переведена неверно, то последствия могут быть печальными.

Совместная работа с иностранными коллегами обязывает хорошо знать иностранный язык, а именно, – английский, ведь это язык международного общения. Знать английский считается очень престижным. На высокооплачиваемую работу принимаются люди, отлично владеющие английским языком. Владение иностранным языком позволяет получить доступ к иноязычной информации, что дает возможность специалисту развиваться как профессионалу в своей области (принимать участие в профессиональных медицинских конференциях, оформлять медицинские документы, грамотно общаться с коллегами из других стран, а также с пациентами).

Сегодня именно по этой причине открываются языковые курсы с узкой специализацией, например медицинский английский. Целью такого обучения является развитие языковых навыков, таких как чтение, письменная речь, восприятие на слух, разговор, понимание терминологии, необходимой в работе врачей и другого медперсонала в англоязычной среде.

Свободное время врача очень ограничено, а следовательно, нет возможности выполнять домашнее задание. Вот здесь уже начинают появляться проблемы, ведь каждый учитель хочет, чтобы ученик дома самостоятельно выполнил ряд упражнений для закрепления материала и на следующем уроке выявить пробелы. Дело в том, что многие привыкли к традиционному способу обучения, когда мы думаем о грамматических методах изучения языка (и зачастую как о единственном методе). Но хорошо, что наши мамы так не считали. Вряд ли мы когда-нибудь заговорили, если бы в первые месяцы нашей жизни вместо маминой методики нас заставили учить падежные окончания, времена, глаголы совершенного и несовершенного вида. Ну разве не с этим мы сталкиваемся на уроках иностранного языка? Мы уверяем учеников, что пока не выучим грамматику, разговаривать не сможем. Было бы полезно вводить новые слова не путем перевода, а с помощью наглядных материалов или ассоциации понятий (прочность запоминания повышается в несколько раз при опоре на ассоциации).

Основными приемами построения ассоциаций, согласно Доминику О Браен, можно выделить следующие:

- фонетические (можно услышать в воображении произношение слова);
- кинезиологические (можно ощущать, когда пишем слово);
- стихотворные (запоминаем с помощью стихов, пословиц);
- морфогенетические (опираясь на составные части слова или при помощи сходства слов в родном языке);

- через связку слов (найти в родном языке слово или фразу с похожим звучанием и создать зрительный образ, который связывает это слово или фразу со словом изучаемого языка);
- зрительные (с помощью умственных образов, картин).

Дело в том, что большинство слов языка относятся к повседневным вещам, которые есть в любом городе, и учащийся выбирает город, с которым он прекрасно знаком и использует предметы в этом городе как ключи для воспоминаний ассоциаций, связанных с интересующими его словами. Так, изучая медицинский английский, «город» можно заменить на кабинет врача нужного нам профиля или операционную в хирургическом отделении, тем самым моделируя реальные условия и ситуации. Читая медицинскую статью на английском языке, мы можем подробно вообразить происходящее в созданном языковом «городке».

Но не стоит забывать, что таким способом мы обогащаем только наш словарный запас, а это только половина успеха. Важную роль играет грамматика. Есть люди, которые зная 100-150 словарных единиц общаются, а есть те, которые знают тысячи слов и молчат. Человек, который знает мало слов и пытается говорить на иностранном языке, выглядит умнее того, кто молчит. Нужно побороть свой страх и начать говорить!

*В.И. Глумов, А.А. Швецов*

## МНОГОАСПЕКТНОЕ ОПИСАНИЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО КОМПАУНДА

Сведения о том, как говорящий интуитивно сформировал многословный термин, как он «упаковал» признаки терминируемого понятия в этом лингвистическом знаке, как и почему он отдал приоритет одному терминируемому признаку, а у другого признака в данной текстовой ситуации этот приоритет отнял (т.е. в данной точке речевого потока «взвесил» каждый из этих признаков) – эти сведения крайне интересны при решении задач нормализации и стандартизации терминов, автоматического анализа и синтеза научно-технического текста, а также и при проектировании информационно-поисковых языков (ИПЯ) и т.п.

Хорошо построенная терминологическая единица должна отвечать и требованиям закона экономии усилий: максимум информации в минимум времени.

В своих наблюдениях над английскими и русскими составными терминами с пре- и постпозициями (будем их иногда называть компаундами – compounds, а процесс формирования компаундированием – compounding), мы, вслед за Б.Н. Головиным [3, с. 51], считаем обязательным присутствие в термине только подчинительных связей между элементами.

Безусловно, препарируя отношения между элементами в пределах компаунда, терминолог должен понимать оттенки терминируемой ситуации, т.е. за лингвистическими значениями должен видеть нелингвистическое, экстралингвистическое. Это экстралингвистическое можно представить с помощью формализованной системы знания, имеющей вид обычного гостированного информационно-поискового тезауруса (ИПТ). При необходимости, репертуар парадигматических связей и форму представления этих связей в ИПТ можно наращивать.

Большой поисковый «шум» в современных отраслевых автоматизированных системах поиска документов (ДИПС) обусловлен именно слабыми выразительными возможностями ИПЯ дескрипторного типа. Этот недостаток становится угрожающим по мере того, как поиск становится многоязычным (cross-language search). В таких ДИПС больший процент дескрипторов имеет вид составных терминов. Это лишний раз указывает на важность качественных наблюдений над терминами.

О «тяжелом» описании компаунда.

В данном случае многостороннее наблюдение ведётся за планом выражения и планом содержания термина, в котором одновременно может быть и пре- и постпозиция. Какое количество признаков для представления его внешней структуры может быть оптимальным? Вспомним термины-поезда вида *самолет с изменяющейся геометрией крыла*. По-видимому,



вполне законченным и надежным будет такое описание внешней терминоструктуры, когда для каждого элемента термина указана его морфологическая категория, направление синтагматической связи от грамматически господствующего элемента на подчиненный элемент, а также указано местоположение данного элемента в линейной структуре термина.

Такое трехпризнаковое описание термина мы назвали «тяжелым». Все сведения о таком описании и сам термин составляют поверхностную модель термина [1, с. 45-47]. Тогда создается возможность программно обработать экспериментальный массив таких моделей и получить надежные сведения о поведении каждого внешнего признака в теле термина [1, с. 82-85; 2].

Но такое описание лишь поверхностное. Оно не затрагивает самого содержания межэлементных связей в термине, а это содержание связей может быть весьма разнообразным. Поэтому внешнее моделирование терминоструктуры приходится считать начальным этапом, предваряющим этап семантический, т.е. этап распознавания семантических признаков вида *субъект, объект, действие, инструментальность, количественность, аблятивность* (отсутствие признака) и т.п. [1, с. 86; 2]. Выделив и описав содержание признаков такого уровня абстракции, теперь нужно найти семантический остов или опору, вокруг которой эти признаки стараются разместиться в линейной семантической организации термина. Ведь термин линейен, как и линейна наша речь – письменная или устная. (Здесь уместно вспомнить понятие «формулы» А.И. Смирницкого, реализуемой в терминологическом сочетании [4, с. 37]).

В поисках такой опоры внимательно посмотрим на некоторые слои терминов.

В любом подязыке существует широкий слой терминов вида *data-processing system, image recognition system, fault-hunting routine*. Внешние связи в терминах этого слоя имеют *регрессивное* расширение, т.е. терминоструктура расширяется влево от грамматически главного элемента (ядра):



В русских терминах вида *система обработки данных, система распознавания, устройство обнаружения газа, система очистки нефти, программа поиска боев* налицо идет расширение *прогрессивное* (т.е. правое):



К этому слою мы относим и термины вида *вагоностроительный завод, rail-road-car-manufacturing plant*.

Следует отметить важность понятия «терминоэлемент». Наблюдая за внешней структурой термина, формально описывая содержание того или иного семантического признака, все эти операции в конце концов должны помочь уяснить само понятие «терминоэлемент».

В терминах этого слоя непротиворечиво просматриваются три семантических участника терминируемой ситуации – три актанта: *деятель*, его *действие* и *объект* этого действия, т.е. «страдалец» [1]. Можно условно принять, что взаимодействие между членами такой триады [1, с. 89] можно выразить в виде предложения вида *<система ОБРАБАТЫВАЕТ данные>*. (Это утверждение можно выразить в виде ОБРАБАТЫВАТЬ (СИСТЕМА, данные)).

Термины, содержащие одновременно все три актанта, мы назвали *триадными (triad)*. Такие термины успешно трансформируются в «примитивное» или «базовое» предложение вида *деятель-действие-объект* (система обрабатывает данные). В таком предложении (*primitive*) грамматические (т.е. формальные, поверхностные, внешние) связи между членами предложения совпадают с парадигматическими. Это же совпадение присутствует и в соответствующем триадном термине.

Алгоритм построения английского триадного термина в момент речи (устной или письменной) достаточно легок. Нужно лишь сознательно уяснить себе правило “if ..., then”

(«если..., то»). Рассуждаем так: *если* некая сущность-деятель (например, *yard верфь*) выполняет процесс (например, *build строить*) над сущностью-объектом (например, *ship корабль*), тогда возможно построить лексическую единицу вида ship (-) building yard, *кораблестроительная верфь*. Независимо от предметной области, этим же способом мы быстро построим и единицы light-emitting diode, *светоизлучающий диод*, submarine hunting ship, *охотник за подводными лодками* и т.п.

В ситуации вида data processor *обработчик/процессор данных* триада сохранилась, но внешнее (поверхностное) выражение ее несколько изменилось. Деятель и его действие получили морфемное (т.е. синтетическое) выражение, а страдалец – прежнее, аналитическое, вербальное выражение. На поверхностном уровне *деятель* может быть лексически выражен в виде *устройство, программа, алгоритм* и т.п. Морфемно-вербальное или полностью морфемное выражение триады присутствует и в терминах smoke detector, *обнаружитель дыма, газоанализатор, кораблестроитель, шумопоглотитель*.

Теперь о другом слое терминов – терминах вида *кораблестроительный факультет, ship-building faculty*. Такие термины не отвечают требованиям нашей диагностической процедуры. В нашей искусственной системе знания терминологические элементы КОРАБЛЬ, СТРОИТЬ и ФАКУЛЬТЕТ связаны иным способом – не прямым, а косвенным. Прimitив вида *завод строит корабли* в нашей системе знания имеет отраслевой смысл. Предложение же *факультет строит корабли* считается некорректным.

В таких терминах мы усматриваем присутствие явления метонимии, проблемы вида «скушай еще тарелочку». Метонимия, т.е. передача признака одного понятия (от одного «хозяина») другому понятию (другому «хозяину»), – этот способ выражения мысли широко используется при формировании линейно-организованной структуры компаунда. Следует ожидать, что прогресс в науке и технике породит узкоотраслевые понятия, а они потребуют и яркого словесного оформления – возникнут термины со странными и неожиданными сочетаниями лексических значений терминологических элементов.

Термины вида *кораблестроительный факультет, двоичное управление, binary control* образованы с помощью метонимии, т.е. в таких терминах рядом расположенными оказались казалось бы далекие друг от друга лексические значения. Разве физически факультет может строить корабли, разве «двоичность» непосредственно соотносится с «управлением», а не с «системой счисления»? В данном случае [1; 2] такие метонимические пропасти (metonymic gaps) между элементами в термине предложено «мостить» (bridging) с помощью каскада примитивных (т.е. изначальных) трехчленных предложений.

Предложенный подход к представлению поверхностной (*surface*) и глубинной (*deep*) структур компаунда может оказаться интересным для начинающих терминологов.

#### **Библиографический список**

1. Глумов? В.И. Структурно-семантическая организация составных терминов русского и английского языков (на материале текстов по вычислительной технике и программированию). В.И. Глумов. – Горький, Горьковский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 1986. – 168 с.
2. Глумов, В.И. Роль триады и метонимии в семантической организации составного термина: доклад на Международной научной конференции MegaLing'2009 [Электронный ресурс] [info@megaling.org.ua](mailto:info@megaling.org.ua)
3. Головин, Б.М. О некоторых проблемах изучения терминов // Вестник Московского университета. Филология. 1972. № 5. С. 49-59.
4. Смирницкий, А.И. Синтаксис английского языка / А.И. Смирницкий. – 3-е изд. – М.: URSS. 2009. – 296 с.

## **ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ**

На данный момент актуальной является проблематика перевода рекламных текстов. С увеличением степени включенности России в мировые экономические отношения и ростом мирового глобального рынка товаров и услуг, развитием транснациональных холдингов и корпораций возникает задача организации продвижения продукции на рынках различных стран. Для успешной рекламной компании продукции и услуг необходимо провести адаптацию и перевод рекламных слоганов и сопутствующей информации с одного языка на другой.

В статье рассмотрены проблемы перевода рекламных текстов и предложены пути решения этих проблем. Цель статьи – обеспечение путей преодоления проблем, возникающих при переводе рекламных текстов. Задачами данной статьи являются:

- выделение проблем, возникающих при переводе рекламных текстов;
- поиск путей преодоления проблем, возникающих при переводе рекламных текстов.

Потребители, знающие несколько языков, лучше реагируют на рекламу на своем родном языке. К такому выводу пришли исследователи из Роттердамской школы менеджмента (Rotterdam School of Management), проведя целый ряд экспериментов, касающихся связи языка рекламы и эмоций, сообщает журнал Campaign. В исследовании отмечается, что по всему миру все большее количество рекламных агентств использует в роликах и слоганах английский язык. Это позволяет клиенту создать имидж интернациональной компании, а также сократить затраты на рекламные кампании. Тем не менее, эффективность такой рекламы оказывается ниже, чем аналогичной рекламы на родном для потребителей языке. По данным исследователей, причина такой реакции на рекламу на иностранном языке в том, что слова родного языка ассоциируются у потребителей с определенным опытом в прошлом.

Таким образом, рекламная компания будет более эффективна, если она будет переведена на родной для потребителя язык. Но здесь возникает другая проблема: проблема качества перевода.

Рекламное имя должно учитывать культурные ассоциации. Имеются в виду факты выхода рекламы на иноязычный рынок. Об этом говорить уместно особенно в России, где столько разных народов и языков. Сейчас все очень щепетильно соблюдают правило — на какой регион выходишь, на том языке и изъясняйся, поэтому давая рекламу на языке региона, первым делом надо обратиться к квалифицированному лингвисту и выяснить, не носит ли имя нежелательных коннотаций. История мирового бизнеса учит нас этой осторожности.

В данном случае уместно привести пример компании «Сони», так как ее основатели для наименования компании выдумали новое слово, которого не существовало ни в одном языке. А. Морита и М. Ибука – основатели компании «Сони» – хотели, чтобы название легко запоминалось в любой точке земного шара, чтобы оно одинаково произносилось на любом языке. Был испробован не один десяток названий. А. Морита и М. Ибука буквально рылись в словарях в поисках звучного слова и натолкнулись на латинское слово «сонус», означающее звук. Само это слово, как им казалось, было наполнено звуком. Их бизнес был тесно связан со звуком, поэтому они начали пробовать варианты со словом «сонус». В то время в Японии росла популярность слов и прозвищ, заимствованных из английского сленга, некоторые стали называть молодых парней «сонни» или «сонни-бой» (что означало в переводе с английского — сынок к тому же и слово «санни» (солнечный), и «сонни» звучали оптимистично и радостно так же, как и их латинский корень, с которым они работали. Однако само слово «сонни» создало бы в Японии трудности, потому что в условиях перевода японской графики на латинскую слово «сонни» произносилось бы как «сон-ни», что означало «потерять деньги». Такое название не годилось для нового товара. Некоторое время они обдумывали эту проблему, и в один прекрасный день А. Морита пришло в голову решение: почему бы просто не вычеркнуть букву

и не назвать компанию «Сони»? Слово было найдено [1].

Эффективность рекламы — функция способов взаимодействия различных знаковых систем: вербальной, иконичной (изобразительной), музыкальной и т.д. Вербальная знаковая система имеет ключевое значение для рекламы. Рекламные изображения привлекают внимание потребителей и выражают некоторые ключевые сущности рекламы. Но благодаря словам мы осмысливаем ключевые сущности в точном соответствии с намерениями рекламистов.

Вербальная структура состоит из четырех основных частей:

- слоган;
- заголовок;
- основной рекламный текст;
- эхо-фраза.

Слоган — это краткое предложение, выражающее сущность, философию фирмы и ее целостной политики в различных областях.

Заголовок — важнейший компонент вербальной части рекламы. Обычно в нем актуализируется сильнейший рекламный мотив и главный рекламный аргумент. По данным некоторых исследований, 80% тех, кто прочитывает заголовок, не читает основной рекламный текст.

В основном рекламном тексте (ОРТ) развивается аргументация, с помощью которой доказывается истинность заголовка и целесообразность его принятия. Эхо-фраза — последняя вербальная часть рекламы. Она один из важнейших элементов, так как наряду с заголовком эхо-фраза прочитывается в большинстве случаев. У нее две функции: повторить главную мысль текста и предать ему законченный вид [2].

Если рекламный заголовок в 99% случаев — бабочка-однодневка, то слоган — константа, то есть он элемент, трудно меняющийся. Хотя из данного правила тоже бывают исключения. Например, компания «Coca-Cola». В 1886 г. слоган компании был «Пейте Coca-Cola» (Drink Coca-Cola). Затем с 1904 г. он менялся практически каждый год. В 1996 г. слоган был «Всегда Coca-Cola» (Always Coca-Cola). Однако и у такой успешной мировой компании как «Coca-Cola» случались промахи при переводе рекламы [3]. Для Китая название «Кока-Кола» сначала перевели как «Кекон-Ке-Ла». К сожалению, уже напечатав тысячи этикеток, выяснили, что это выражение означает «кобыла, нашпигованная воском». Фирма «Кока-Кола» изучила более 40000 китайских иероглифов и выяснила, что наиболее близкий фонетический эквивалент — это «Кр-Коу-Ко-Ле», что означает «полный рот счастья» [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что эффективность рекламы будет обеспечена, в том случае если будет обеспечен качественный перевод каждого из компонентов вербальной структуры рекламного сообщения.

В качестве вывода можно отметить, что положительным опытом является случай компании «Sony», основатели которой изначально были заинтересованы в обеспечении рынков сбыта для своей компании по всему миру и придумывали название, которое воспринималось и звучало бы одинаково на всех языках мира. Если рассматривать перевод отдельного рекламного текста, то здесь важно обеспечить целостность восприятия потребителя. Эта цель может быть достигнута за счет качественного перевода каждого из компонентов рекламного сообщения: слогана, заголовка, основного рекламного текста и эхо-фразы.

#### *Библиографический список*

1. Морита, А. «Сделано в Японии» / А. Морита. — М., 1993.
2. Кафтанджиев, Х. Гармония в рекламной коммуникации / Х. Кафтанджиев. — М.: Изд-во Эксмо, 2005.
3. Там же. С. 238.
4. Имшинецкая, И. Креатив в рекламе / И. Имшинецкая. — М.: РИП-холдинг, 2004. С. 15.

# РЕЧЕВЕДЧЕСКИЕ ДИСЦИПЛИНЫ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ

---

*Председатель:* А.О. Велижанина, кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой «Русский язык и культура речи»

*Заместитель председателя:* В.В. Филатова, кандидат филологических наук, доцент «Русский язык и культура речи»

*Ответственный секретарь:* Л.М. Романова

*А.О. Велижанина*

### ОСНОВЫ СТРУКТУРИРОВАННОГО КУРСА «СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ»

Курс «Стилистика и литературное редактирование» – один из обязательных предметов, изучаемых будущими специалистами по связям с общественностью, – традиционно включает в себя три блока:

- функциональная стилистика, в рамках которой рассматриваются закономерности использования языковых ресурсов в типичных речевых ситуациях;
- стилистика ресурсов русского языка, занимающаяся изучением и описанием стилистически значимых средств и возможностей языка;
- литературное редактирование – целесообразное разноаспектное улучшение текста.

Такой сложившийся подход к структурированию курса, с точки зрения автора, не может не вызывать критики по следующим причинам:

- во-первых, специалист по связям с общественностью, скорее всего, должен быть ориентирован не столько на детальное изучение жанров функциональных стилей, сколько на освоение всех возможных средств и способов, обуславливающих создание оригинального, выразительного, стилистически «вкусного» текста;
- во-вторых, основная цель курса – научиться редактировать свой и чужой текст, для чего и необходимо глубокое осмысленное освоение всевозможных стилистически маркированных ресурсов родного языка, в том числе функционально-стилистических.
- В связи с изложенным, необходимо выявить основание, объединяющее начало не только для структурирования курса, но и для определения содержательных приоритетов, что позволит установить компонентную иерархию и системность курса «Стилистика и литературное редактирование».

Системная и целевая целостность рассматриваемой учебной дисциплины может быть обеспечена упорядочением содержания в соответствии с триединством «стилистическое задание – стилистическое значение – стилистический эффект». Первый компонент – стилистическое задание

– рассматривается как «продуманное намерение говорящего создать выразительное, экспрессивное высказывание, способное вызвать в восприятии адресата стилистический эффект» [3, с. 490]. Очевидно, стилистическое задание является неким мостиком, соединяющим замысел, идею произведения с его жанром и тональностью. Будучи явлением экстралингвистическим, стилистическое задание, ориентированное на получение необходимого результата, являет собой целевую составляющую стилистического комплекса. В этом отношении уместно привести следующее утверждение Г.О. Винокура: «...стилистическое построение есть построение целевое, целесообразное, а следовательно, различные типы этих построений могут между собою различаться по тому, какая цель тому или иному построению предпослана, каково структурное задание каждого такого построения в каждом отдельном случае» [2, с. 26].

Намерение автора обуславливает и выбор вида стилистического задания, которое может быть прямым и инвертированным. В отличие от первого вида, ориентированного на использование функционально-стилистических средств в соответствующем жанре, инвертированное стилистическое задание нацелено на создание текста оригинального, необычного.

Следовательно, именно в рамках инвертированного стилистического задания могут быть продуманно, целесообразно использованы следующие выразительные средства и приемы: языковая игра, стилистический «разнобой», тропы и стилистические фигуры, нарушение языковой нормы, каламбуры, парадоксы и пр.

Специалист по связям с общественностью должен уметь в первую очередь реализовать посредством указанных приемов, или стилистического значения, инвертированное стилистическое задание для получения необходимого коммуникативного результата – стилистического эффекта.

Структурирование курса «Стилистика и литературное редактирование» в соответствии с указанным триединством позволяет определить основной принцип систематизации содержания: глубокое освоение стилистически значимых, экспрессивных ресурсов языка обусловит точное, стилистически удачное создание и/или редактирование текста. В связи с этим, считаем целесообразным последовательно, дозированно совмещать изучение стилистически окрашенных средств языка, анализ текста с точки зрения оправданности употребления в нем разнообразных приемов и редактирование.

Так, анализируя, лексические средства и приемы, используемые авторами при создании шуток и каламбуров, уместно обратить внимание студентов, на какие фоновые знания «рассчитана» фраза, какие ассоциации она вызывает и т.п. Например, в каламбуре «кто выживет, подтвердит, что в начале была божественная комедия, а человеческая трагедия началась потом» (пример взят из [2, с. 77]), помимо антонимических пар (начало – потом, божественная – человеческая, трагедия – комедия), используется последовательное сцепление следующих прецедентных текстов: в начале была... – «В начале было Слово» (Евангелие от Иоанна), «Божественная комедия» Данте, «Человеческая комедия» Оноре де Бальзака (замена в последнем случае слова «комедия» «трагедией» добавляет грустной иронии), что, в конечном итоге, ассоциативно и при этом с временной точки зрения логично приводит читателя к мысли об апокалиптических временах («кто выживет...»). Выполнение подобных упражнений позволяет осмыслить серьезность, многослойность и глубину реализации инвертированных стилистических заданий.

Анализом текста предваряется работа по его правке, стилистическое задание при этом может быть совершенно неожиданное, игровое. Например, охарактеризовав стилистические приемы и средства, используемые А.П. Чеховым в «Письме ученому соседу», студенты приступают к «редактированию» классика – создают текст письма, написанного человеком деликатным, равнозначным адресату. Подобная работа позволяет выявить умение как составлять и редактировать текст ситуативно, «в предложенных обстоятельствах», так и выявлять «ошибки» и «недочеты», стилистически необходимо допущенные автором текста.

Редактор, с точки зрения автора, должен не только понимать и видеть замысел автора, определять соответствующее стилистическое значение, но, как ни странно, видеть больше автора, помогать ему стилистически точно усиливать текст, делать его качественнее, эффективнее, предлагать несколько вариантов правки, что, безусловно, обеспечивается полным освоением стилистически значимых языковых ресурсов и их свободным использованием. Поэтому второму

компоненту единства «стилистическое задание – стилистическое значение – стилистический эффект» уделяется наибольшее внимание в рамках изучаемого курса.

Качество реализации стилистического задания определяется достижением или, напротив, недостижением необходимого стилистического эффекта, который проявляет себя непосредственно в процессе коммуникации и, следовательно, рассматривается как важнейший показатель качества и целесообразности осуществления стилистического задания.

Следует заметить, что рассматриваемый стилевой комплекс коррелирует с инвариантной структурой деятельности: «стилистическое задание», очевидно, является целью, «стилистическое значение» – средствами и способами достижения необходимого результата – «стилистического эффекта».

#### **Библиографический список**

1. Винокур, Т.Г. Филологические исследования / Т.Г. Винокур. – М., 1990.
2. Солганик, Г.Я. Стилистика современного русского языка и культура речи / Г.Я. Солганик, Т.С. Дроняева. – М., 2002.
3. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М., 2003.

**А.О Велижанина, В.В. Филатова**

### **ОБ АКСИОЛОГИЧЕСКОМ ПОДХОДЕ К ПРЕПОДАВАНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»**

Одной из нерешенных, но актуальных задач при формировании компонентного содержания курса «Русский язык и культура речи» остаётся определение его концепции. ГОС высшего профессионального образования по данной дисциплине ориентирует нас на внешне успешное социальное взаимодействие профессионала, поскольку основной акцент в данном документе делается на освоение функциональных стилей современного русского языка: на их жанровую дифференциацию и языковое оформление.

Ориентир на успешную социальную коммуникацию, безусловно, необходим, но не может стать основной целью курса, поскольку в словосочетании «успешная социальная коммуникация» целевым компонентом является всё же не «коммуникация», а «успешная». Кроме того, само понятие «успешность» представляет собой своего рода синтез субъективных целей человека и потребностей общества. Обе эти составляющие можно рассматривать как внешнее проявление ценностных ориентаций, главенствующих в общественном сознании и мировоззрении конкретной личности.

Развитие последнего компонента, по-видимому, должно стать как фундаментом системы образования в целом, так и основой формирования каждой частной дисциплины. Дело в том, что именно *сознательная, устойчивая самоидентификация личности на основе формирования системы ценностей, ориентирующей не на насилие и разрушение, а на созидание, взаимопонимание, в конечном итоге – на жизнь, и служит, с точки зрения авторов, гарантом успешного взаимодействия человека со всеми системами окружающего мира: с собой, окружающими, обществом, природой, Богом*. Ведь «мировоззрение, основанное на общечеловеческой культуре, обеспечивает сознательную (а это значит, нравственную, созидательную, творческую) деятельность человека во вселенском пространстве. Отсутствие культурного мировоззрения может привести к разрушительной, то есть безнравственной деятельности» [1, с. 17].

Одной из самых значимых ценностей в духовной культуре является язык, который формирует у носителей языка чувство общности, национальной идентичности; в языке и речи отражаются и исторически сформировавшиеся в обществе представления о нормах, традициях, ценностях. *Основой формирования содержания дисциплины «Русский язык и культура речи», по мнению авторов, должна стать цель курса, сущность которой не может входить в противоречие с функциями языка и речи*. А главенствующая функция и будет определяющей

компонентой – своего рода нормоконтролером не только отбора содержания обучения, но и иерархизации этого содержания.

В справочной и учебной литературе по предмету наблюдается, наряду с единомыслием в понимании самого термина «функция языка», полное отсутствие единства в определении количества функций языка и речи, а также в их сущностных характеристиках. Аксиологическая функция, к примеру, находящаяся вне поля зрения учёных, бегло названа лишь в одном из учебников [2, с. 8] функцией оценки, проявляющейся в ценностных суждениях. Однако, по мнению авторов, именно эта функция является основной, поскольку, оценивая объекты, мы тем самым выстраиваем систему ценностей и приобретаем индивидуальный опыт рефлексии.

Данная точка зрения находит своё отражение в табл. 1.

**Таблица 1**

**Функции языка и речи**

Функция	Сущность функции
Аксиологическая (от греч. <i>axia</i> – <i>ценность, достоинство</i> + ...логия – <i>учение</i> = <i>учение о ценностях</i> )	Положительная или отрицательная оценка значимости объектов окружающего мира
Когнитивная (от лат. <i>cognitio</i> – <i>знание, познание</i> )	Познание объектов окружающего мира
Коммуникативная (от лат. <i>communicatio</i> – <i>делаю общим, связываюсь, общаюсь</i> )	Сообщение, общение, передача информации как специфическая форма взаимодействия людей
Аккумулятивная (от лат. <i>accumulatio</i> – <i>собираю в кучу, накопление</i> )	Соединение, систематизация и сохранение смысловой информации
Эмоциональная (от фр. <i>emotion</i> – <i>потрясаю, волну</i> )	Отражение и выражение чувственно-эмоциональной стороны человеческой деятельности
Волеятативная (от лат. <i>voluntas</i> – <i>воля</i> )	Результативное воздействие, влияние на любую систему окружающего мира

Следует особо отметить, что функции языка и речи составляют единство, поскольку абстрактное явление «язык» проявляет себя в конкретной речи и «без вещественных средств <...> в вещественном мире дух ничего сделать не может, не может даже проявиться» [3, с. 23]. *Выявляя в качестве приоритетной аксиологическую функцию, авторы считают, что её можно рассматривать как цель и результат становления человека, развития его сознания;* следовательно, остальные функции призваны обеспечить качественную реализацию основной. Осознание этого позволяет «соединить» систему функций языка и речи с инвариантной структурой деятельности (табл. 2), представляющей собой единство: *цель – средства – способы – результат – рефлексия.*

**Таблица 2**

**Функции языка в системе речевой деятельности**

Структурные компоненты	Цель Результат	Рефлекс	Способы	Средства
Содержательный компонент	Становление мировоззрения, формирование системы ценностей, развитие сознания человека		Взаимодействие с системами окружающего мира, воздействие на них	Сенсорно-интеллектуальный механизм развития человека



Функции языка и речи	Аксиологическая	Коммуникативная Волеятативная	Когнитивная Эмотивная Аккумулятивная
----------------------------	-----------------	----------------------------------	--

Таким образом, реализация аксиологической функции (становление мировоззрения, формирование системы ценностей, развитие сознания человека) средствами предмета «Русский язык и культура речи» и должна стать целью курса. Причем прагматическая составляющая (успешное целесообразное ситуативное взаимодействие) не отменяется, а, напротив, становится закономерным следствием. В этом смысле на вопрос «как развивать коммуникативные способности» закономерен ответ «в первую очередь, познавая родной язык».

Взаимодействие с языковой средой способствует становлению понимания мира и своего места в нем, т. е. *формированию мировоззрения* человека. Этот процесс, по-видимому, происходит следующим образом.

Поскольку, с точки зрения философии, мировоззрение представляет собой систему уровней, то наш предмет способствует прежде всего изменению *мировосприятия*, в рамках которого *мироощущение* человека переходит в интеллектуально-понятийную сферу – на рациональный уровень *миропонимания*. Последнее лежит в основе *мировоззрения* человека, носящего более системный характер и включающего в себя, помимо системы принципов, ценностей, идеалов и убеждений, и жизненную программу деятельности [4, с. 222], проявляющаяся в конкретном поступке (в том числе и речевом событии) конкретного человека в конкретной ситуации.

В связи с изложенным можно делать следующие выводы:

1. Язык служит как для общества в целом, так и для конкретной личности, наряду с философией и искусством, одним из главных ценностных ориентиров. Поэтому аксиологическая подсистема мировоззрения формируется прежде всего гуманитарными дисциплинами, в том числе лингвистическими.

2. Курс «Русский язык и культура речи» способствует развитию (а в ряде случаев и приобретению) навыков саморефлексии с позиций не только языковой или стилистической нормы, но и с мировоззренческой позиции – как контроль за деятельностью собственного сознания.

3. Имея в виду всё многообразие подходов к преподаванию данного предмета, обозначенных в [5, с. 8–9], считаем, что формирование мировосприятия и мировоззрения эффективнее осуществляется всё же в рамках аксиологического подхода к обучению языку и речи, который в большей мере соответствует нравственно-эстетической парадигме современного образования.

4. Аксиологический подход, безусловно, требует новых средств его реализации в учебной деятельности, а возможно, и принципиально новых форм итогового контроля.

#### **Библиографический список**

1. Вазина, К.Я. Саморазвитие человека и модельное обучение / К.Я. Вазина. – Н.Новгород, 1991.
2. Ипполитова, Н.А. Русский язык и культура речи: учебник / Н.А. Ипполитова, О.Ю. Князева, М.Р. Саввова. – М., 2005.
3. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка в 4 т. Т. 1 / В.И. Даль. – СПб., 1999.
4. Краткий философский словарь / под ред. А.П. Алексеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2004.
5. Русский язык и культура речи: учеб. пособие-словарь / под ред. В.В. Филатовой. – Н.Новгород: изд-во Нижегород. гос. техн. ун-та, 2007.

## ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ СИСТЕМЫ РЕЧЕВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В НЕПРОФИЛЬНОМ ВУЗЕ

Как показывает практика, базовая подготовка абитуриентов непрофильных факультетов и вузов оставляет желать лучшего. Вместе с тем, в образовательные программы вузов включена дисциплина федерального компонента «Русский язык и культура речи». Национально-региональный компонент речевого образования представляет риторика. На этом непосредственно речевое образование студента непрофильного вуза, согласно базовой учебной программе, завершается.

Думается, существует несколько путей решения проблемы речевой подготовки студентов в непрофильных вузах. Одним из них видится внедрение в образовательный процесс *системы дисциплин* (хотя бы факультативных), поэтапно связанных между собою и нацеленных на развитие коммуникативной компетенции и речевое воспитание личности.

В Приволжском филиале Российской академии правосудия такая система **речеведческих** факультативов была создана, и уже несколько лет студенты имеют возможность получать разностороннюю речевую подготовку. В целом система речевых дисциплин рассчитана на девять семестров.

На первом курсе введен факультатив «Грамотность». Эта дисциплина является основополагающей, базовой для становления речевой культуры каждого студента-юриста (и не только). Читая параллельно с дисциплиной «Русский язык и культура речи», «Грамотность» ориентирована на практическую продуктивность, что повышает, в свою очередь, и эффективность дисциплины федерального компонента.

Сложность усвоения предмета для студентов во многом заключается в относительно абстрактном характере языка, поэтому в первую очередь дисциплина нацелена на создание у них четкого представления о реальности языка и речи и работе языковых единиц каждого уровня. Функционирование частей речи как членов предложения, соответствие интонирования предложений знакам препинания, а также проблемы устного и письменного оформления мысли и вопросы речевой культуры через призму правильного говорения и правописания – круг этих тем не имеет принципиальной новизны для первокурсников и вполне доступен им для достаточно быстрого усвоения. Но во избежание «очередного» теоретического, по сути, поверхностного изучения студентами грамматики русского (родного!) языка следует акцентировать их внимание на том, что приоритеты запоминания правил должны уступить место пониманию «работы» феномена языка.

В третьем семестре студентам предлагается факультатив «Основы речевой коммуникации». Соответствующая продвинутому этапу коммуникативного образования дисциплина нацелена на создание у студентов базы знаний о специфике речевой коммуникации и составляющих ее компонентов. Предметом изучения здесь является речевая коммуникация с позиций взаимодействия говорящего и слушателя, а также речь как средство общения. Изучая речевую коммуникацию и ее разновидности, анализируя основные виды ее компонентов, составляя понятие о диалоговом пространстве, а также пробуя роли коммуникантов в моделируемых ситуациях, студенты учатся законам общения. Помимо повышения уровня коммуникативной компетенции каждого студента, курс призван способствовать пониманию языка как средства общения и выражения собственного «Я», становлению языковой личности в лучших риторических традициях.

В четвертом семестре студентам предлагается факультатив «Язык мимики и жестов». Эта дисциплина ориентирована на развитие умений «читать человека» по мимике и жестам, понимать выражения лица и составлять риторический портрет коммуниканта. Студенты учатся определять зависимость мимических масок от эмоциональных и интеллектуальных нагрузок собеседника, анализировать произвольные и непроизвольные мимические реакции коммуникантов.

Курс интересен еще и богатыми иллюстративными возможностями. Так, фразеологизмы (*положа руку на сердце, сидеть сложа руки, бить челом, скрежетать зубами, гладить по*

*головке, задирать нос, оставить с носом, делать большие глаза, не в бровь, а в глаз, смотреть сквозь пальцы, брать себя в руки, ходить с протянутой рукой, ходить фертом и др.)* обогащают словарный запас студентов, позволяют им оттачивать выразительность и изящество речи, а также ее собственно мимико-жестовое сопровождение. Другой педагогический прием – анализ мимики «человека на портрете» – приобщает студентов к полотнам Репина, Васнецова, Брюллова, Кипренского и других великих живописцев.

В пятом семестре студентам предлагается факультатив «Искусство диалога». Курс построен с учетом приобретаемой студентами профессии и ориентирован на выработку у будущих юристов умений задавать вопросы. Основные темы курса: диалог и его разновидности, различные (в зависимости от оснований) классификации вопросов и ответов диалогической речи, критерии оценки вопросов и ответов, диалектика понятий «слушать» и «слышать» и искусство компромисса в конфликтном диалоговом общении – имеют теоретическую подачу и раскрываются в процессе практических (аудиторных и внеаудиторных) занятий, построенных на основе моделирования (или выбора) ситуаций диалогового общения.

В шестом семестре студентам предлагается пройти практикум «Барьеры общения». Цель данных занятий – преодоление типичных коммуникативных барьеров, обусловленных индивидуальными и культурными установками собеседников. Стратегия практикума ориентирована на обретение коммуникативных навыков, позволяющих преодолеть отчуждение, «разговорить» собеседника, осознать себя и свое поведение в ситуации, вызывающей коммуникативные затруднения, познакомиться с позитивными моделями поведения (например, в ситуации конфликта) и т. п.

Для изучения в седьмом семестре разработан факультатив «Аргументация в судебной речи». Он построен на базе дисциплин «Логика» и пройденных речеведческих дисциплин и нацелен на формирование представления об основах аргументативного дискурса. Изучение основ аргументации является одним из оптимальных способов повышения логической культуры мышления будущего специалиста в любой научной и прикладной отрасли знаний.

Сознательное освоение материала данного курса, построенного с учетом специфики юридической логики и на примерах из судебной практики, предполагает овладение студентами основами теории и практическими навыками аргументации в судебной речи. Вместе с тем, изучение аргументации имеет некоторые особенности, главная из которых – в том, что усвоить положения данной дисциплины можно лишь при активном сочетании теоретического познания и решении практических задач. Поскольку аргументация, по сути, имплицитно входит в любой систематический курс, следует ориентировать студентов на применение ими полученных знаний в научных дискуссиях, спорах, при написании рефератов, курсовых работ, т.е. в масштабах всего образовательного пространства вуза.

В восьмом семестре студентам предлагается дисциплина «Этика и эстетика деловой коммуникации», программа которой построена на базе всех пройденных студентами речевых предметов, а также таких дисциплин, как «Профессиональная этика юриста» и «Юридическая психология». Целью курса является эстетическое воспитание языковой личности, проверка приобретенных коммуникативных навыков и корректировка их в деловых и светских ситуациях общения, чтобы раскрыть потенциал студента как коммуниканта и ориентировать на умения «блестящего собеседника».

Выпускники, особенно те, кто собирается работать в судебной системе, проходят курс «Судебной ораторики» (мастерства судебной речи), где примеряют на себя роли судебных ораторов: беспристрастного судьи, убедительного адвоката, непреклонного прокурора. Уметь «прописывать» сценарий своего выступления, держать речь на публике (особенно перед присяжными) – неременная составляющая их карьерного роста.

**С методических позиций для эффективного усвоения материала дисциплин система ориентирована на поступательную интерактивацию.**

## **РИТОРИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА**

Сложность и многомерность взаимоотношений «человек – язык – мир» осознавались еще в античности, где одной из важнейших областей научного знания выступала риторика. Центром внимания риторики, объектом ее изучения и субъектом обучения, выступал человек говорящий; через призму личности риторика раскрывала человеку многогранные возможности реакции на жизнь речевым действием. Заметим, что именно риторика определяла в античности высшую степень образованности. В системе научных знаний риторика была неразрывно связана с этикой, философией, логикой, психологией, языком; в недрах риторики взяла свои начала педагогика, на риторическом материале оттачивали методы преподавания первые софисты.

Взявшая свои начала в Древней Греции риторика имеет многовековые традиции. Традиционный предмет риторики – убеждающая, действенная речь; объект – «человек говорящий». В получении риторического образования объект стремился к «риторическому идеалу», соответствующему требованиям эпохи.

Общественно-политическая система того или иного государства четко определяла свой социальный заказ (или его отсутствие) на профессионального оратора. Так, в древнегреческих риторических школах готовили оратора-трибуна. Для Древнего Рима была актуальна подготовка ораторов, чей моральный и общественный образ мог бы послужить гражданским идеалом.

В России на рубеже XVIII–XIX столетий риторика приобрела статус обязательного учебного предмета в школах и вузах. В духовных академиях и семинариях готовили проповедников по традициям, восходящим к средневековью. Относительно складывающейся системы светского высшего образования важно подчеркнуть, что кафедры красноречия были открыты во всех (шести) университетах и высших учебных заведениях России.

В первой половине XIX века наблюдается активное становление функциональных риторик, в рамках которых ведется подготовка специалистов в сферах образования и науки, коммерции и медицины, профессиональных военных и т. д. Содержание обучения при этом предполагало как заданную частной риторикой тематическую направленность, так и сообщение ученикам «энциклопедических знаний, преимущественно гуманистических,.. чтобы развить в каждом его духовные особенности» [1]. При этом воспитание «человека говорящего» было ориентировано не только на его состоятельность как оратора и коммуниканта, но и на четкое соблюдение им этики речевого поведения: «не сделать какого-нибудь огорчительного поступка и не показать, хотя не с умыслу, неприятного или насмешливого вида» [2].

Далее риторика постепенно сходит с позиций ведущей гуманитарной дисциплины. Из богатейшего арсенала науки, призванной формировать умеющего действовать словом и отвечать за слово человека, остаются запросы только на судебную и агитаторскую речи, лекторское мастерство.

Современное общество, где во главу угла снова ставится человек, нуждается в риторически подготовленных коммуникантах. Сегодня риторика предполагает две трактовки: «...с одной стороны, у нас по-прежнему нет другого термина для названия комплексной дисциплины, изучающей ораторское искусство. Оно – предмет «риторики» в узком понимании. С другой стороны, объектом риторики могут быть любые разновидности речевой коммуникации, но рассмотренные под углом зрения осуществления некоторого (для каждого жанра своего) заранее выбираемого воздействия на получателя сообщения. Иначе говоря, риторика есть наука об условиях и формах эффективной коммуникации» [3].

Риторическое образование пополняется за счет межпредметных связей. Так, чтобы стать высокообразованным юристом, необходимо представлять специфику юридической риторики, практика которой связана не только с философией, логикой, профессиональной этикой и юридической психологией, но и латинским языком, римским правом, теорией государства и права и т.д.

Получить хорошую риторическую подготовку – значит иметь хорошую эрудицию, знания по теории риторики, умения работать с текстом публичной речи и обладать ораторским мастерством, овладение которым зачастую сопряжено с преодолением самого себя. Нужно много читать, подмечать, анализировать и уметь учить самого себя. Для этого студентам ПФ РАП, например, рекомендуется: завести тетрадь, куда на «памятные страницы» следует заносить выводы, памятки, цитаты, вопросы; учиться работать с зеркалом и видеть себя со стороны (своими глазами, глазами собеседника, аудитории); учиться слышать себя со стороны (чтобы понять, как слышит и понимает произносимое собеседник или аудитория); использовать диктофон и (или) видеокамеру для отработки дикции, дыхания, голоса, интонаций и пр.

Что касается завтрашнего дня, то общая риторическая тенденция останется традиционной в трактовке «человека общающегося» как человека, выполняющего одновременно комплексную роль выразителя социально-политической позиции, автора и исполнителя речи. Останутся коммуникативно направленными и главные категории науки – *этос, пафос и логос*.

В трактовке Ю.В. Рождественского, этос представляет собой «условия, которые получатель речи предлагает ее создателю», пафос – «*намерение*, замысел создателя речи, имеющего цель развить перед получателем интересующего того тему», логос – «*словесные средства*, использованные создателем речи в данной речи при реализации замысла» [4].

Иными словами, неразрывными этосом, пафосом и логосом обеспечивается взаимообусловленность содержания и формы речи, которую говорящий, преследуя свои цели, адресует определенному слушателю (или кругу слушателей) в конкретных условиях. Вместе с тем, в феномене речи (и публичная речь не исключение) важно увидеть и понять главное – ее диалоговое начало. Оно проявляется на каждой ступени создания текста, в каждом штрихе воплощения намерения говорящего в риторический поступок, будь то эксплицитное речевое взаимодействие или имплицитный диалог. Предмет же речи в ракурсе ораторского видения определяет вид создаваемой речи и «подсказывает» масштабы ее содержания.

**Этос, пафос и логос – «три кита», на которых стоит риторика. И когда дисциплине, предметом которой является действенная, убеждающая речь, суждено по социально-политическим причинам исходить на нет, ее основополагающие категории, в отличие от богатого, веками накопленного ею иллюстративного материала, не могут перейти даже в смежную дисциплину. Когда же этос, пафос и логос остаются невостребованными, слово перестает быть целенаправленным речевым поступком, что на практике приводит к освобождению говорящего от ответственности за сказанное.**

**Следовательно, ответственность за слово – та самая «риторическая призма», через которую следует рассматривать действенность речи в любой коммуникативно-речевой ситуации. И в (желательном) будущем – не только для специалистов, находящихся в зоне повышенной речевой ответственности.**

Актуальным останется и один из ключевых вопросов практической риторики – ораторские приемы воздействия и их допустимость. За эпохи существования риторики накопила их целый арсенал: приемы установления контакта, привлечения и удержания внимания, приемы стимулирования интереса и диалогизации монолога. Специалисты утверждают, что репертуар профессионального оратора насчитывает таких приемов более 100 [5].

Таким образом, коммуникант, а тем более оратор, не может не опираться на знания и навыки, которые дало (дает и даст) ему риторическое образование и которые на протяжении многих веков традиционно составляют норму гуманитарной культуры. А нормы, как известно, диктует время...

#### **Библиографический список**

1. Зеленецкий, К.П. Исследование о риторике в ее наукообразном содержании и в отношениях, какие имеет она к общей теории слова и логике / К.П. Зеленецкий. – Одесса, 1846.
2. Сушков, Н.В. Воспоминания о Московском Университетском Благородном пансионе / Н.В. Сушков. – М., 1848.

3. Гиндин, С.И. Риторика и проблемы структуры текста. Общая риторика / С.И. Гиндин. – М., 1986.
4. Рождественский, Ю.В. Теория риторики / Ю.В. Рождественский. – М., 1999.
5. Андреев, В.И. Деловая риторика / В.И. Андреев. – Казань, 1993.

**С.Е. Кадочкина**

## **РАБОТА С ЛИНГВИСТИЧЕСКИМ СЛОВАРЕМ КАК СРЕДСТВОМ РАЗВИТИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Умение четко и ясно выразить свои мысли, говорить грамотно, владеть речью, т.е. следовать нормам русского языка, умение благотворно воздействовать на слушателя – показатель профпригодности выпускников вузов, преподавателей, работников радио и ТВ, журналистов, дипломатов и многих других. Работа с лингвистическим словарем развивает исследовательские навыки: умение самостоятельно добывать информацию, анализировать ее, делать выводы, представлять результаты, а, кроме того, умение оценить свою работу и применить замечания руководителя. Это означает, что необходимо развивать у студента способность мыслить творчески, быть «творцом своего дела», овладеть нормами литературного языка. Приведем примеры использования лингвистического словаря на занятиях по русскому языку и культуре речи при изучении темы «Орфоэпические нормы», регламентирующие правильное произношение и постановку ударения, зафиксированные в орфоэпическом словаре. Приведем примеры заданий, которые выполняются при помощи указанного словаря.

*1. Укажите слова, в которых перед гласным (э) произносится твердый согласный.*

<i>Обозначьте ударение.</i>
Агрессия бактерия дебаты кабаре гипотеза
Адекватный бартер дебют кодекс музей
Академик бизнес деканат компьютер фанера
Антитеза берет депонент конгресс претензия
Атеист берег девальвация коктейль энергия

На первом этапе выбираем словарь иностранных слов (авторы-составители: Л.П. Крысин, П.С. Москвин, Е.А. Гришина), который содержит толкование лексического значения заимствованных слов, кроме этого определяет постановку ударения.

Информацию о постановке ударения дают и орфоэпические словари. Здесь возникает проблема унификации информации, поскольку иногда в словарях содержатся неодинаковые нормы. Например, у одного автора слово блЕдны, у другого – бледнЫ, у третьего – блЕднЫ.

Мы со студентами нашли выход из этой ситуации. Если слова иноязычного происхождения, то ориентируемся на сведения, содержащиеся в словаре под ред. Е.А. Гришиной. Если слова русские, то пользуемся словарем под ред. С.И. Ожегова как наиболее популярным изданием. Необходимо обратить внимание на то, что в русском языке действует правило приспособляемости заимствованных слов русским фонетическим нормам. В соответствии с этим некоторые заимствованные слова с буквой Е адаптировались в русском языке и произносятся с мягким согласным перед Е: музЕй, акадЕмия, крЕм.

Ранее было упомянуто о том, что существуют формы слов с вариативным ударением. Для домашнего задания подходит следующие.

*С помощью орфоэпического словаря укажите формы слов с вариативным ударением.*

бледны	дороги	разнесены	дружны
близки	веселы	приведены	густы
голодны	жирны	тесны	холодны

Задача ставится очень четко, указан тип словаря и вариативность языковой нормы. При выполнении этого задания студент обязан воспользоваться лингвистическим словарем. Наша цель – сформулировать принцип отбора слов, осуществить подбор заданий.

Для того, чтобы научиться различать нормы жесткие и вариативные, нужно их сравнить в рамках одного упражнения.

2. Выпишите глаголы в три столбика по принципу:

а) с ударением на первый слог;

б) с ударением на второй слог;

в) с вариативным ударением.

донял	принял	проклял	подал	задал
понял	дожил	поднял	отбыл	нажил
занял	допил	продал	нанял	пролил
запер	начал	прожил	отнял	Раздал- роздал

Это принципиально новый вид работы, по сравнению со школьным курсом русского языка, где не уделяется внимание вариативности норм. Мы в своем курсе объясняем, что некоторые орфоэпические нормы имеют варианты. Например, слово *творог* произносится твОрог и творОг. Оба вида произношения считаются правильными.

Варианты могут быть равноправными: бАржа и баржА, кИрзовый и кирзОвый. Но чаще встречаются неравноправные варианты, т.е. один из них предпочтительнее.

Приведем примеры равноправных акцентологических вариантов:

апартАменты	апартамЕнты
базИлика	базилИка
бижутЕрия	бижутерИя
бредовОй	бредОвый
заржАветь	заржавЕть
Иначе	инАче
тЕфтели	тефтЕли

По данным Л.И. Скворцова, в русском языке исследователи насчитывают до 5 тыс. общеупотребительных слов, в которых зафиксированы колебания ударения.

3. Следующий вид работы со словарем ориентирован на то, чтобы осмыслить *семантические варианты* – пары слов, в которых разноместность ударения предназначена для различения смысла слов.

Подберем семантические варианты к словам:

мУка(мучение) мукаА

вИна(вино) винаА

остротА(лезвия) острОта(остроумие)

трУсить(бояться) трусИть(бежать)

Как видим, эти слова совпадают по написанию, но не по произношению. Их называют *омографами*. Таким образом ударение влияет на изменение значения слова, при этом обуславливает использование слов в разных коммуникативных ситуациях.

*Задание. Самостоятельно подобрать омографы к следующим словам, составить связный текст на определенную тему, используя данные слова:*

забронИровать, занятОй, нАголо, обходнОй, переноснОй, переходнОй, погрУженный, прибрИженный, призывнОй, прокляТый, развитОй, склОнен, слОженный, Угольный, хАос, языкОвый.

Благодаря выполнению этого задания, студенты учатся по словесному ударению различать лексическое значение слов. В качестве домашнего задания предлагаем следующие:

1. На какой слог падает ударение в следующих существительных.

я металлурги	патология	я агрономи	я семинари	я полифони
я драматурги	гастрономия	аномалия	я симметри	я патриархи
я бухгалтери	я филармони	идиллия	диоπτрия	пандемия
инженерия	кулинария	я синоними	я рефлeksi	я наркомани

2. Образуйте форму повелительного наклонения глагола в ед.ч. Обозначьте ударение.

выбросить	лечь	ложиться	хотеть
вылезать	ездить	раскроить	мочь
вылезти	ехать	положить	закончить

Данные задания предполагают проведение языковой работы: составление текста по заданным параметрам, использование деепричастного либо причастного оборота.

Очень интересен вид работ со стилистическими вариантами – пары слов, которые в зависимости от места ударения используются в разных стилях речи: шЕлковый (общеупотребительное) – шелкОвый(поэтическое). Есть пары слов, в которых разноместность связана с временным периодом употребления в речи: запаснОй (совр.) – запАсный (устр.), рАкурс (совр) – раКурс (устар). Можно дать задание на дом подобрать устаревшие варианты произношения из художественной литературы и сравнить с современным пониманием. Интересно для студентов будет узнать, в каких словах ударение неподвижно, т.е. всегда падает на основу и не перемещается на окончание при изменении формы слова: грунт, досуг, капля, клад, клуб, минус, местность, пейзаж, песня, план, почесть, прибыль, профиль, созыв, средство. Пусть студенты самостоятельно просклоняют существительные и изменяют по числам, тогда вывод они смогут сделать также самостоятельно.

Нормы ударения в современном русском литературном языке являются трудными в усвоении в связи с разноместностью и подвижностью ударения. Работа с лингвистическим словарем дает возможность молодому человеку правильно произносить слова, при этом запоминая написание, уточнить толкование лексического значения.

*Н.Н. Кириллова*

## ФОРМИРОВАНИЕ ЯЗЫКОВОЙ РЕФЛЕКСИИ В РАМКАХ ЗАНЯТИЙ ПО КУРСУ «РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ»

Важнейшей целью курса «Речевая коммуникация» является формирование коммуникативной компетентности личности, под которой мы понимаем умение ориентироваться в коммуникативной ситуации, а также осознанно выбирать и реализовать оптимальные способы и средства речевой деятельности. Другими словами, студенты в рамках данного предмета должны научиться эффективно взаимодействовать, так как это основной компонент их профессиональной деятельности (имеется в виду специальность «Сервис и туризм»). Обозначенная цель подразумевает решение ряда задач в языковом образовании студента, одна из которых – понимание мотивационно-прагматических установок, сопровождающих процесс порождения и восприятия речи; воспитание языковой рефлексии.

Следует заметить, что подходы к толкованию термина «языковая рефлексия» возможны разные. Мы рассматриваем данное понятие достаточно широко. С одной стороны, это самонаблюдение, предметное рассмотрение собственной речевой деятельности, формирующее



ценностные ориентиры человека, его мировоззрение. В то же время мы считаем, что субъект речи оценивает и анализирует не только свою речевую деятельность, но и речевую ситуацию в целом, а также действия и высказывания других участников речевого акта (даже если сам не принимает в нем активного участия).

Сформированность навыков языковой рефлексии характеризует степень речевого развития личности в целом, богатство внутреннего мира человека. Эти умения помогают нам адекватно оценивать себя и свое поведение в различных коммуникативных ситуациях и принимать правильное решение. Любому специалисту важно научиться критическому чтению и активному рефлексивному слушанию, чтобы быть успешным и компетентным, чтобы не стать объектом скрытого манипулирования или прямого обмана. Именно поэтому речеведческие дисциплины должны уделять этому аспекту особое внимание. Однако рефлексия – спонтанный элемент речевой деятельности. Зачастую мы осуществляем это действие неосознанно. Как же этим процессом научиться управлять и перевести его в область сознательного регулирования?

Поиском ответа на данный вопрос мы занимались совместно со студентами на занятиях. Обобщая собственные наблюдения и размышления студентов, мы выявили ряд условий, способствующих совершенствованию рефлексивных умений:

- во-первых, необходимо перевести рефлексию из области внутренней речи во внешнюю;
- во-вторых, следует использовать как устную форму речи (коллективное обсуждение), так и письменную форму речи (требующую напряженной интеллектуальной деятельности, более жесткого нормирования и точности речи).

Необходимо также рассматривать объект исследования с позиций этических, морально-нравственных категорий, что влияет на изменение мировоззрения, мотивационных установок студентов. Важным фактором, влияющим на эффективность предоставляемых ответов, является форма участия студента в ситуации. Предпочтение следует отдавать непосредственному участию, так как в этом случае ответы получаются более эмоциональными, нестандартными, развернутыми.

Основной метод, на который мы опирались при формировании навыков языковой рефлексии, – наблюдение (или самонаблюдение). А вот в качестве объекта наблюдения мы предлагали реципиентам разные варианты, и результаты выполнения заданий не всегда были удачными.

Например, студентам нужно было провести самоанализ своей внутренней речи (хотя бы одного дня). Мы рекомендовали оформить эти внутренние монологи в виде дневника. Однако слушатели курса не справились с этим заданием, так как постоянно контролировать себя и фиксировать мысли, возникающие непроизвольно, оказалось очень сложным. В то же время это был повод для коллективного обсуждения причин такого результата (тоже своего рода рефлексия).

Также в качестве задания мы предлагали студентам понаблюдать за речью детей. Устные ответы по данной теме были достаточно интересными, однако материала для полноценной письменной работы было недостаточно.

Следующий тип экспериментального задания – это анализ проблемной ситуации из деловой сферы. Примеры такого анализа мы обсуждали на аудиторных занятиях совместно со студентами. Дискуссия в этом случае получалась продуктивной. Однако далее обучающиеся должны были самостоятельно найти и изложить ситуацию (опираясь на свой жизненный опыт или примеры из литературы), проанализировать ее письменно. Оказалось, что практики делового общения у студентов второго курса недостаточно, и они выбирали ситуации неинтересные, часто связанные с личными отношениями, а в результате выполненные работы были чрезмерно краткими, носили примитивно-бытовой характер.

Как «поднять» учеников на другой уровень развития, побудить их к более развернутому изложению, более точному языковому оформлению мысли, использованию всего богатства литературного языка? Этими вопросами руководствовались мы при дальнейшем подборе заданий.

В результате мы пришли к заключению, что наиболее продуктивными, интересными, разнообразными стали работы студентов, где они описывали и анализировали какое-нибудь культурное мероприятие. Это и посещение круглого стола (в НГТУ), и просмотр спектаклей,

концертов, выставок и пр. Выбор конкретного объекта для рефлексивного анализа осуществлял сам студент.

Обязательное условие – личное присутствие на избранном мероприятии. Выполняя это задание, студенты оценивали и анализировали не только содержание спектакля или концерта, но и особенности восприятия данного «действия» окружающими, и последние наблюдения были не менее ценными, чем привычная всем интерпретация содержания какого-нибудь художественного произведения.

Безусловным достоинством таких работ стала их «оторванность» от бытового изложения, стремление к более грамотному оформлению мысли. Важно также, что авторы не ограничивались узкой тематикой своего мероприятия, они старались обобщить свои размышления, сделать выводы об актуальности, общественной значимости просмотренного.

Задания именно такого типа помогают обучаемым развивать рефлексивные умения и успешно пользоваться ими в дальнейшем.

*Н.Н. Кириллова, Е.С. Савенкова*

### **ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕАУДИТОРНОЙ РАБОТЫ СО СТУДЕНТАМИ В РАМКАХ ПРЕПОДАВАНИЯ РЕЧЕВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН**

Одной из ключевых проблем в организации образовательного процесса является эффективность преподавания, вопросы качества обучения. В современных условиях это в особенности касается гуманитарных дисциплин, так как глобальная информатизация всех сфер жизнедеятельности человека зачастую вытесняет уже сложившиеся формы и методы обучения. Вполне очевидно, что преподавателю приходится искать новые подходы к своему предмету и новые способы взаимодействия со студентами.

Поиск способов и средств привлечения внимания студентов, стимулирования их заинтересованности к предметам гуманитарного цикла привел авторов к выводу, что мотивационная составляющая обучения будет заметно выше при гармоничном сочетании аудиторных и внеаудиторных форм обучения, а также при использовании нестандартных подходов к образовательному процессу.

Главная *цель* такой работы – воспитание полноценной, гармонично развитой личности, для которой главным является становление духовной сферы. Важно заложить в молодых людей такие основы, которые позволили бы им в будущем реализовать свои способности и таланты, дали им возможность быть успешными как в социальной жизни, так и в личном общении. К основным *задачам* следует отнести:

- повышение интереса к гуманитарным дисциплинам;
- совершенствование речевой культуры и эстетического вкуса;
- совершенствование коммуникативной и языковой компетентности будущих профессионалов (инженеров, экономистов, менеджеров и пр.);
- активизация творческого потенциала будущих специалистов и др.

Формы внеаудиторной работы могут быть самыми разными. Несколько лет назад кафедра «Русский язык и культура речи» НГТУ им. Р.Е. Алексеева вышла с инициативой издания в стенах вуза сборника студенческих работ гуманитарного профиля студентов всех специальностей (и гуманитарных, и технических). С 2007 года издание альманаха, названного созвучно краткому наименованию вуза «Политекст», стало ежегодным.

В альманахе печатаются оригинальные творческие работы гуманитарного профиля студентов разных специальностей и форм обучения. Здесь представлены различные жанры (рассказы, эссе, зарисовки на любую тему, малые поэтические формы, рассуждения-эссе на общественно значимые темы или размышления о духовно-нравственных проблемах, творческая интерпретация цитат выдающихся деятелей науки и искусства, оригинальные пародии,

небольшие исследовательские научные статьи, сочинения, посвященные пушкинской тематике и др.).

Сегодня во многих учебных заведениях издаются газеты, журналы, где студенты также привлекаются к творческой деятельности, но, как правило, это ограниченный круг лиц (корреспондентов, отдельных авторов). Наш сборник открыт для всех. Мы предлагаем стать авторами и участниками «Политекста» всех заинтересованных, одаренных студентов нашего вуза, желающих проявить себя на литературном поприще. В то же время редакционная коллегия оставляет за собой право отбирать для печати присланные материалы, а также подвергать принятые к печати произведения минимальной, но необходимой редакторской правке. Отбор материала осуществляется коллегиально: учитывается мнение и студентов, и преподавателей кафедры. Критериями отбора являются эстетический вкус, языковое мастерство студентов, авторская индивидуальность и другие факторы.

Мы организуем этот процесс таким образом, что сами студенты чувствуют себя создателями альманаха. Это стимулирует интерес к родному языку, и в то же время формируются определенные коммуникативные умения: критического чтения, анализа и оценки литературных произведений, редактирования текста.

Уже первый выпуск альманаха вызвал заметный интерес и творческую активность у студентов-политехников. В дальнейшем ребята стали не только предоставлять материалы для публикаций, но и придумывать дизайн обложки и внутреннее художественное оформление, писать статьи про сборник в вузовскую газету и пр.

Ежегодный выпуск альманаха (а их на данный момент три) выходит в свет в апреле каждого учебного года. Знаменательным событием для каждого автора становится презентация альманаха, где подводятся итоги работы за год, строятся планы на будущее. Презентация и вручение сборника проводятся в торжественной обстановке в стенах литературного музея им. М. Горького. Помимо официальной церемонии, ребята знакомятся здесь друг с другом, рассказывают о себе, исполняют фрагменты своих произведений. Такая клубная форма взаимодействия студентов представляется нам очень важной. Современная молодежь общается в основном во «всемирной паутине», и это по большей части примитивно-бытовое общение с явным пренебрежением к языковому оформлению высказываний, к правилам русского языка и т.д. Здесь ребята имеют возможность приобщиться к чему-то высокому, духовному, взаимодействовать совершенно на другом уровне.

Благодаря встречам на презентациях альманаха родилась идея создания поэтического клуба, в котором студенты, увлекающиеся стихосложением, могли бы совершенствовать свое мастерство, анализировать образцы классической и современной поэзии, делиться творческими находками.

Формы работы клуба – заседания, предполагающие свободное общение и обсуждение отдельных текстов, тем, образов и актуальных проблем литературы в целом. Для многих студентов такие встречи – это возможность провести время в компании единомышленников, показать свои или чужие стихи, обсудить их, узнать что-то новое.

Кроме того, в клуб приглашаются писатели и поэты Нижнего Новгорода, которые рассказывают о своем творчестве, делятся секретами мастерства. Так, в ноябре 2009 года прошла встреча студентов политехнического университета с поэтом и прозаиком Л. Протасовой, презентовавшей свои новые книги. Студентов интересовала как творческая лаборатория автора, так и прагматическая сторона писательского ремесла: где можно напечатать, как опубликовать свои произведения.

В недалеком будущем запланированы также беседы с актерами нижегородских театров, которые расскажут об искусстве сценического слова. Подобные встречи чрезвычайно важны с точки зрения воспитательной работы в вузе, так как мотивируют студентов к дальнейшему духовному развитию и творческим поискам.

Клуб ставит целью не столько научить автора, как нужно писать стихи, сколько на примере конкретных текстов поговорить о проблемах классической и современной поэзии, развить эстетический вкус, интуицию, которая помогала бы начинающим авторам избегать

«поэтической глухоты», логических нестыковок, речевой невнятности при написании стихотворений.

На заседаниях клуба, проводимых в виде творческих мастерских, студентам предлагается несколько форм работы:

- обсуждение подборок и текстов русских поэтов разных эпох и направлений (пушкинская пора, серебряный век, поэзия фронтовиков и т.д.) с выходом на беседу о том, что из предложенного (поэтическая манера, школа, направление) является для каждого участника наиболее близким, интересным, духовно значимым;
- дискуссия о первичном восприятии и последующей интерпретации произведения, единстве формы и содержания поэтического текста, техничности нарочитой и внутренне обусловленной;
- редактирование текстов (в основном современных, в том числе работ начинающих авторов альманаха с их согласия) с последующим выявлением метрических, стилистических, речевых, логических «промахов» автора и предложением своих вариантов исправления технических недочетов.

Работа по редактированию отмечается студентами как наиболее эффективная для их последующего творческого роста. Она помогает перевести проблему единства формы и содержания из теоретической в практическую плоскость, заострить внимание на технической стороне версификации, ритмике и метрике, разнообразии видов рифм и строф.

В заседаниях поэтического клуба могут принимать участие все желающие. В планах организаторов клуба – работа с мультимедийными файлами, обсуждение произведений искусства, созданных на пересечении поэзии, музыки, живописи, кино.

Таким образом, внеаудиторная работа со студентами в рамках преподавания языковедческих дисциплин реализуется в различных аспектах, что позволяет каждому студенту раскрыть свой творческий и духовный потенциал.

*Н.И. Комарова*

## **РАЗВИТИЕ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»**

Основой общей культуры личности, базовым компонентом культуры является коммуникативная культура, которую можно рассматривать через совокупность культурообразующих компонентов. Среди них:

- 1) эмоциональная культура, или культура чувств;
- 2) культура мышления, предстающая в виде специфических форм познавательной деятельности, направленной на восприятие и порождение текстов, соответствующих замыслу и достоверно отражающих действительность. Законы построения речевых произведений, средства и формы их предъявления, способы извлечения информации и т.п. издавна разрабатывались в рамках риторики, логики;
- 3) культура речи (категория базовая для коммуникативной культуры).

Современное общество требует высокой речевой культуры в профессиональной сфере коммуникации. Особое значение речевая культура имеет для профессий «повышенной речевой ответственности», где слово – профессиональный инструмент, от владения которым может зависеть успех деятельности. Профессиональная компетентность менеджера, экономиста, преподавателя включает в себя коммуникативную компетентность, содержание которой, безусловно, имеет и речеведческие знания.

В связи с этим, актуальна и социально значима задача формирования у студентов речевой культуры. Эта задача может решаться прежде всего в процессе изучения студентами дисциплины «Русский язык и культура речи», но и в рамках изучения неречевых дисциплин.

В соответствии с «Примерной программой дисциплины “Русский язык и культура речи”» целью данного курса является повышение уровня практического владения современным

русским литературным языком в разных сферах функционирования русского языка, в письменной и устной его разновидностях. Овладение новыми навыками и знаниями в этой области и совершенствование имеющихся неотделимо от углубленного понимания основных характерных свойств русского языка как средства общения и передачи информации, а также расширения общегуманитарного кругозора, опирающегося на владение богатым коммуникативным, познавательным и эстетическим потенциалом русского языка.

Задачи курса состоят в формировании у студентов следующих основных навыков, которые должен иметь профессионал любого профиля для успешной работы по своей специальности и каждый член общества – для успешной коммуникации в самых различных сферах – бытовой, юридически-правовой, научной, политической, социально-государственной:

1) продуцирование связных, правильно построенных монологических текстов на разные темы в соответствии с коммуникативными намерениями говорящего и ситуацией общения;

2) участие в диалогических и полилогических ситуациях общения, установление речевого контакта, обмен информацией с другими членами языкового коллектива, связанными с говорящим различными социальными отношениями. Этими навыками носитель современного русского языка должен свободно владеть и в устной, и в письменной формах.

Таким образом, дисциплина «Русский язык и культура речи» одновременно формирует у студентов три вида компетенции: языковую, коммуникативную и общекультурную – с акцентом на коммуникативной компетенции.

Формирование языковой, коммуникативной, социокультурной компетенции идет на лекциях, практических и семинарских занятиях, в ходе самостоятельной работы.

Занятие, например, может состоять из двух частей:

1. Вопросы для обсуждения предполагают подготовленные монологические высказывания и участие в дискуссии по конкретной проблеме.

2. Практические задания направлены на решение различных дидактических задач и включают:

– Анализ текстов, звучащих и письменных, представляющих разные функциональные разновидности языка (осмысливая речевое произведение мастера слова, студент находит для себя образец организации и изложения материала в соответствии с ситуацией общения).

Данные современной антропоцентрической лингвистики, изучающей языковую личность, позволяют сделать важные дидактические выводы: для формирования языковой и коммуникативной компетенции студента необходимо такое воздействие на его личность, чтобы стихия массовой культуры, зарубежного влияния, «вненациональность» значительного числа средств массовой информации, влияющие на формирование личности, не смогли подавить в нем «общерусский тип» (Ю.Н. Караулов), смоделировать вненациональную личность. Для этого нужно представить студентам языковой идеал – носителя русского языка, близкого им по восприятию объективной картины мира, социальных условий капиталистически развивающейся России, наделенного качествами, которые особенно востребованы в современных условиях: любовью к родине и народу, гражданственностью, высокой моралью, писателя, чье словесное творчество помогло бы развивать у студентов эстетический вкус, языковое чутье, культуру речи, автора таких текстов, важных для развития языковой личности, которые показали бы лучшие качества русского литературного языка, его гибкость в выражении грамматических значений, необозримый и стилистически емкий словарь, лаконизм и четкость, музыкальность и красочность речи.

Таким носителем русского языка является, например, Н.А. Некрасов. Изучение языка и стиля его произведений обосновывается также спецификой процесса познания. По мнению современных психолингвистов, в ходе обучения родному языку происходит два процесса:

- освоение, осознание и преобразование речевого опыта языковой личности под влиянием изучаемых знаний о родном языке;

- наполнение и конкретизация знаний о языке материалами речевого опыта.

Неоспоримо, что обращение на занятиях по русскому языку и культуре речи к безукоризненным художественным образцам есть одно из средств создания развивающей

личность языковой среды. Система работы над языком и стилем писателя может включать в себя формирование знаний и умений как в каком-либо одном содержательном направлении (например, осознание индивидуального стиля поэзии Некрасова), так и в нескольких направлениях одновременно.

- Редактирование неудачных текстов, выявление и исправление языковых ошибок и коммуникативных неудач.

- Репродукция текстов с разной целевой установкой: составить план, подготовить резюме, сделать сжатый, выборочный, подробный пересказ и т.д.

- Самостоятельное составление высказываний разных стилей и жанров.

- Разыгрывание тех или иных ситуаций общения, актуальных для данной категории обучаемых.

- Задания, связанные с усвоением языковых норм и совершенствованием орфографических и пунктуационных навыков, сопровождают работу над текстом или представлены в специальных упражнениях.

Дисциплина завершается подготовкой рефератов, на основе которых студенты выступают с сообщениями на итоговой научно-практической конференции «Русский литературный язык и культура речи общества».

Как уже было отмечено, успех работы по развитию речевой культуры студентов во многом зависит от личности преподавателя. Педагог должен хорошо знать общие особенности нефилологической аудитории – уровень подготовки обучаемых по русскому языку, уровень их образованности – и учитывать индивидуальные притязания каждого. Задача преподавателя – создавать на занятии атмосферу заинтересованности, воспитывать у студентов бережное отношение к слову, стремление к совершенствованию своей речи.

*Е.С. Савенкова*

## **О НЕКОТОРЫХ ФОРМАХ РАБОТЫ НА СЕМИНАРАХ ПО ИСТОРИИ МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

Основной целью курса истории мировой литературы является формирование у студентов представления о сущности литературного процесса, о динамике и фонде преемственности в нем. Рассмотрим некоторые формы работы, обращение к которым позволит эффективно решать задачи, поставленные в рамках данного курса.

Одним из возможных приемов обобщения и закрепления знаний по данному курсу является коллективное заполнение (восстановление) таблицы. К примеру, студентам предложена таблица, в которой графы заполнены лишь частично, по диагонали (табл. 1).

*Таблица 1*

			характерный жанр
		человек разумный	
	между идеалом и действительностью		
реализм			

При обсуждении и заполнении таблицы студенты не просто вспоминают сущность и понятия, относящиеся к разным литературным направлениям, но и учатся рассуждать логически. Так, уместны для дискуссии следующие вопросы:

Можно ли назвать первую графу «Литературные направления» по-другому, например, «Литературные эпохи»? Если нет, то почему?

Как связан характер конфликта в определенном литературном направлении и концепция личности в нем?

В чем принципиально концепция личности в реализме противопоставлена соответствующим представлениям в классицизме и романтизме?

Почему очерк является жанром, характеризующим именно реализм как литературное направление? Могут ли считаться таковыми повесть, роман?

Какой временной период в литературном процессе отражает данная таблица? Что принципиально меняется в литературном процессе в XX–XXI вв.?

К заполненной таблице можно также дополнить еще одну графу: «Доминирующий род литературы», а также рассмотреть соответствующие категории модернизма и постмодерна (табл. 2).

**Таблица 2**

Литературные направления	Основной конфликт	Концепция личности	Характеризующий жанр	Доминирующий род литературы
классицизм	между чувством и долгом	человек разумный	ода	драматургия
романтизм	между идеалом и действительностью	человек чувствительный	баллада, элегия	поэзия
реализм	между характером и обстоятельствами	человек социальный	очерк	эпос
модернизм и постмодернизм	между человеком и абсурдным миром; проблема отчуждения	разрушение традиционной модели персонажа	разрушение традиционной жанрово-родовой системы, создание «гибридов»	

Подобная форма работы учит студентов размышлять над теоретическим материалом, осознанно усваивать его.

Другой прием, который позволяет эффективно усваивать принципы и закономерности развития литературного процесса, – составление комментария к какому-либо художественному произведению (или фрагменту), например поэтическому. Так можно обобщить и оформить наблюдения над текстом, который рассматривается не изолированно, а в системе жанров и литературных направлений. Задания по тексту могут содержать следующие вопросы:

Каковы культурно-исторические реалии текста, какой эффект они создают?

Каковы литературные отсылки и реминисценции текста?

Содержит ли текст мифологический (архетипический) пласт образов?

Какие сноски Вы сделали бы в тексте, если бы его нужно было опубликовать в учебной хрестоматии?

Рассмотрим возможный алгоритм подобной работы на примере стихотворения О. Мандельштама «Золотистого меда струя из бутылки текла...», которое было написано в Алуште в августе 1917 г. В произведении два временных плана – исторический и современный поэту. Составление комментария к тексту можно начать с анализа лексики, характеризующей реальный мир и мифический мир Древней Греции, пространственная точка пересечения которых – Таврида. Неслучаен второй топоним в тексте – Эллада. По мысли автора, здесь, в Тавриде, происходит «стык» культур и эпох.

Автор изображает читателю время в виде напластований. В реальность XX в. вторгается древний миф, что подчеркивается особой лексикой: антропонимами (Бахус, Елена, Одиссей), прямыми сравнениями (виноградник как «старинная битва»), скрытыми аллюзиями (дни как

«тяжелые бочки»: возможно, имеется в виду миф о бочках Данаид). Очевидны интертекстуальные связи текста с «Илиадой» и «Одиссеей» Гомера. Спаянность прошлого и настоящего реализуется разными приемами: с помощью озвученных ассоциаций лирического героя при виде колонн и виноградников, а также с помощью обращения («Помнишь...»), подразумевающего общее культурное поле собеседников. Благодаря цепочке ассоциаций мы знакомимся с судьбой лирического героя: смутное предреволюционное время скитаний становится для него воплощением времени мифического, а сам он отождествляется с Одиссеем, который все же возвратится в родной дом.

После лексико-семантического анализа можно обратиться к исследованию формы стихотворения. Текст стилизован под гомеровский эпос, и для него характерны сложные синтаксические конструкции, смысловые переносы. Плавная неторопливость слога подчеркивается и в содержании произведения, причем с первых строк: «Золотистого меда струя из бутылки текла / Так тягуче и долго, что молвить хозяйка успела...»

Таким образом, идеи взаимопроникновения временного и вечного, тягучесть и «перетекание» времени, словно не в песочных, а «медовых» часах, воплощаются на разных уровнях текста. Работа по составлению комментария завершается размышлениями о том, как текст – образец акмеистической поэзии – характеризует восприятие и переосмысление мифа в литературе начала XX в.

Приемы работы на семинарах по истории мировой литературы разнообразны. Однако следует учесть, что, помимо текстового материала, целесообразно привлекать разнообразный иллюстративный материал (репродукции рисунков, скульптур). К примеру, разные виды условного можно продемонстрировать следующим образом: понятие аллегории – с помощью картин Дж. Арчимбольдо (цикл полотен «Времена года», «Четыре элемента» и др.), гротеска – с помощью картин И. Босха («Искушение Святого Антония», «Корабль дураков»), символа – с помощью картин О. Редона («С закрытыми глазами», «Полифем»). Восприятие художественных произведений смежных искусств помогает студентам представить некоторые понятия теории литературы в форме, более доступной для понимания.

Итак, предложенные приемы работы на семинарах позволяют углубить и упрочить знания студентов по теории курса истории мировой литературы.

*Л.И. Трофимова*

### **М.ХАЙДЕГГЕР О ЯЗЫКЕ КАК ЗНАКОВОМ ВЫРАЖЕНИИ РЕФЛЕКТИРОВАННОГО БЫТИЯ**

Язык неотделим от условий существования человека. Трудно представить формы сознательного поведения человека, в которых не усматривалось бы участие языкового фактора.

Языковая проблематика в современной науке стоит очень высоко. Можно предположить, что языку как самому себе, так и в его отношении к мышлению и сознанию предстоит быть в числе основных научных проблем в будущем.

Мы исследуем связь бытия с языком. Сама эта идея далеко не нова в философии. Гегель указывал на множественность форм бытия, на слойность бытия, приводя иерархию «зайнов»: Sein, Bewußtsein, Selbstbewußtsein, Reflektiertsein. Не вдаваясь в гегелевский анализ бытия, можно отметить, что у Гегеля совершенно ясно выражена связь бытия и языка: сознание как осознанное бытие, самосознание и его ипостась – «рефлектированное бытие» нуждаются в знаках и порождают их. Для сознания язык является одним из средств объективации его содержания, наряду с невербальными коммуникативными знаками, различного рода произвольными движениями, трудом и его продуктами. Для самосознания («самосознающего бытия»), предполагающего постоянное соотнесение себя с другими, язык выступает в качестве «наличного бытия духа», становится «существующим для других самосознанием, данным в этом качестве непосредственно и тем самым всеобщим».

М. Хайдеггер в своем труде «Бытие и время» предложил теоретическое обоснование герменевтического метода исследования языка и сознания. Хайдеггер «разрушает понятийный



способ мышления, стремясь возродить дологический нерасчлененный язык». *Смысл Бытия*, по Хайдеггеру, способен к самовыявлению, но он отнюдь не дается человеку непосредственно, он просветлен, всегда дан нам «в свете» чего-то иного. Вещь, заключающая в себе момент осмысления мира через предметную деятельность, обладает определенным значением, в силу чего она и превращается в знак.

Знак и знаковое отношение потенциально укоренены в Бытии, прежде всего в структуре существования овеществленно-сделанного, в его предназначенности к чему-либо, инструментальности этого рода бытия. Вещь, вобравшая в себя в процессе ее созидания опыт и знания человека, отмеченная его чувствами, может стать и становится знаком в силу того, что в структуре деятельности («бытия-в-мире») она в значительной степени потеряла характер непосредственной предметности, утилитарности. Именно благодаря этому вещь может быть средством выявления сущности, «просветления бытия».

Такого рода осмысление, подчеркивает Хайдеггер, осуществляется в значительной степени до и вне языка, образуя первичный и неустранимый модус *понимания* и *толкования*, «...отсутствие слов не означает отсутствия осмысления». Хайдеггер достаточно четко различает «слойность» бытия, связывая каждый слой с особым типом понимания, а тот, в свою очередь, – со специфическими модусами семиозиса, знаковостью. Первоначальное, первичное проявление смысла Бытия, то, что Хайдеггер называет структурой предпонимания, осуществляется на основе предметной деятельности.

Эта предметная деятельность представляет собой изначальное условие понимания и знакопорождения. Знаки свидетельствуют о принадлежности человека к миру, о его месте в «бытии-в-мире», они показывают то, в «чем» мы живем. Такое понимание бытия знака имплицитно достаточно глобальную семиотику. Знаковое отношение укоренено в структуре самого Бытия. Более глубокое осмысление действительности осуществляется через язык или благодаря языку.

Часто цитируется высказывание Хайдеггера о том, что «язык – это дом бытия». «Язык ... мостит пути и подступы для всякой воли к размышлению. Без слова любому действию не хватает того измерения, в котором оно могло бы обрести себя и оказать воздействие...». Целостность осознания находит свое выражение в слове. То, что выражается в речи, одновременно расчленяется на отдельные значения и подвергается дальнейшей артикуляции. Коль скоро нечто понято, «вскрыто», оно необходимым образом выражает себя, Бытие ищет Слова.

В своей трактовке речемыслительной динамики Хайдеггер делает акцент на известной трудности выражения. Логическая и грамматическая правильность речи далеко не всегда говорят о том, что сознание достигло в ней подлинного «просвета». Отсюда и скептическое отношение Хайдеггера к традиционной грамматике и аристотелевской логике и требование перевода языка на «онтологически более глубокий фундамент». Хайдеггер считает, что существует речь «подлинная» и «неподлинная». Неподлинная в онтологическом и гносеологическом смысле речь обозначается им как *Gerede*, что в переводе с немецкого языка имеет негативную окраску и означает «болтовню», «пересуды», «толки». Отделение речи от Бытия, разрыв между глубинной артикулированностью сознания на ступени предпонимания и внешней речью порождает вербальный реализм, особый слой псевдобытия и псевдосознания.

В таком варианте понимание, истолкование, осознание и выражающая их речь превращаются в «пустые разговоры», «толки» и противостоят подлинному познанию мира. С другой стороны, Хайдеггер признает необходимость и неустранимость этого модуса осознания мира: в нем, из него, против него и совершается любое понимание и осмысление, узнавание и получение нового знания. Признавая необходимость и неустранимость «толков», Хайдеггер все-таки считает нужным подчеркнуть неполноценность чисто вербального сознания, его экзистенциальную «отторженность» от истинного понимания Бытия, неподлинность такого рода сознания, «отрезанного» от подлинного смысла, «беспочвенность» и «дурную бесконечность» такого сознания.

Таким образом, в интерпретации Хайдеггера, повседневная коммуникация и обыденная речь содержат в себе не только иллюзию осмысления, но одновременно и модели понимания действительности.

В сборнике «*На пути к языку*» Хайдеггер размышляет о природе языка и художественного текста, пытаясь «вскрыть» глубинные слои сознания и понимания. «Это положение «язык есть язык» позволяет нам парить над бездной – пока мы держимся того, что оно означает. Язык есть язык. Язык речет. Если мы бросимся в бездну, обозначенную в этом высказывании, то не упадем в пустоту. Это будет падение-полет (*fall in die Höhe*). Эта высь открывает глубину. Обе они, бездна и высота, образуют границы той области, в которой мы хотели бы чувствовать себя дома, чтобы найти местопребывание сущности человека. Размышлять о языке – значит так войти в речение языка, чтобы оно выявило себя как местопребывание сущности смертных».

Хайдеггер достаточно скептически относится к тем методам понимания языка, которые существуют в лингвистике и философии языка. Сциентистский подход вполне закономерен и приносит свои плоды в сфере чисто научного знания, но он не может ответить на главный вопрос – что есть язык, в чем проявляется его сущность.

Размышления Хайдеггера о «пути к языку» – это не размышления о языке как таковом, это попытки проанализировать с помощью герменевтического метода живую непосредственность бытийного уровня сознания. За «привычной речью», за поверхностными уровнями речемышлительной деятельности он пытается вскрыть такие уровни субъективности и интерсубъективности, которые не поддаются обычному анализу. Центральной здесь выступает идея виртуальной глубины бытия и соотнесение ее с различными модусами семиозиса.

Как уже упоминалось, понимание и осознание у Хайдеггера покоятся на экзистенциальном фундаменте доязыкового по своей сути *предпонимания*. Эта бытийная модель размыкает герменевтический круг и представляет собой то условие, при котором может функционировать (развертываться) теоретическое мышление. В связи с этим Хайдеггер приводит фундаментальную языковую триаду: говорение-вслушивание-молчание. Осмысленное вслушивание, как и разумное молчание, не менее важны, чем речь. Способность к вслушиванию и молчанию такая же важная характеристика сознания, понимающего Бытие. «Подлинное молчание возможно только в истинной речи. Чтобы уметь молчать, Бытие должно обладать подлинной и богатой раскрытостью себя самого». Более того, «молчаливость» (*Verschwiegenheit*) таким фундаментальным образом артикулирует понятность Бытия, что «подлинная способность слушания» и истинная коммуникация, в конечном счете, основываются на молчании. Иными словами, молчание и вслушивание понимаются Хайдеггером не только как особые формы речевой деятельности (*Modus des Redens*), но и как вполне самостоятельные формы или состояния субъективности.

Достичь понимания языка, добиться, чтобы язык «в говорении высказал свою сущность» – это в конечном счете и есть достижение понимания собственного сознания, его глубинных слоев.

**В.В. Филатова**

### **КУРС «ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ» КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА**

Одним из важных критериев, позволяющих определить степень подготовленности специалиста любого профиля, является *овладение им языком специальности*. Под последним мы понимаем овладение как терминосистемой определённой отрасли знания, так и всеми видами речевой деятельности в рамках «научного стиля речи в системе потребностей определённого профиля знаний и конкретной специальности» [1, с. 8].

Как известно, дипломная работа, (дипломный проект) – это самостоятельная работа научно-исследовательского характера, которая имеет целью проверку специальных теоретических знаний и практических навыков выпускников вуза [2, с. 292]. Вместе с тем, в вузовских учебных пособиях особое внимание уделяется лишь двум феноменам научной речи: вторичным жанрам (реферату, аннотации и др.) и научно-популярному подстилю; специфике же дипломного сочинения как особого жанра научной речи уделяется весьма незначительное место. Так, в издании «Основы научной речи» этот жанр рассматривается в параграфе «Обучение продуктивным видам письменной работы» [1, с. 244-246], но при этом:

- дипломная работа и диссертация не дифференцируются, что, на наш взгляд, некорректно, поскольку это жанровые разновидности разных подстилей научного стиля;
- внимание авторов в большей степени сосредоточено лишь на структурно-композиционной стороне оформления научной работы (рубрикация, библиографические ссылки и пр.).

Поэтому неудивительно, что (вольно или невольно) выпускники вуза, поверхностно знакомые с лингвистическими характеристиками научного текста и практически незнакомого с приёмами его редактирования, исходят при речевом оформлении текста дипломной работы лишь из требований, предъявляемых государственным стандартом, не учитывая (или даже игнорируя) присущие данному жанру композиционно-речевые и лингво-стилистические черты.

Вопрос о необходимости введения в НГТУ им. Р.Е. Алексеева специальной лингвистической дисциплины для студентов-старшекурсников обсуждался на разных уровнях, и решающим аргументом в этой дискуссии послужили результаты проведенного преподавателями кафедры русского языка и культуры речи анализа текстов дипломных работ. Целью данного анализа явилась проверка их соответствия нормам современного русского литературного языка, а также нормам учебно-научного подстиля научного стиля.

Разумеется, многие типы ошибок, допущенных авторами дипломных сочинений, можно назвать ожидаемыми. Прежде всего это не критичное, буквальное использование представленных в Интернете материалов, которые приносят в научно-учебный текст несвойственный ему оттенок разговорности, скорее характерный для научно-популярных текстов. Общеизвестно также, что студенты-выпускники технических специальностей лучше владеют цифровыми способами рубрикации, чем абзацным членением текста. К примеру, в некоторых дипломных проектах текст главы оформлен по принципу «одно предложение = один абзац», что противоречит нормам композиционно-речевого оформления научного текста, где абзац всегда выступает как внутренне замкнутая структурно-смысловая единица. Часто встречаются случаи отступления от языковой нормы при оформлении рубрик, представляющих собой однородные члены предложения.

В то же время в процессе анализа неожиданно были обнаружены разнообразные проявления эллиптичности, которая свойственна разговорной речи (и разговорности как приёму), но явно неуместна в тексте дипломной работы. Эллиптичность выражается:

- в неполных предложениях типа: *«По происхождению шум является электромагнитным, по временным характеристикам относится к категории постоянных, а по спектральному составу – широкополосный»;*
- в парцеллированных конструкциях, повтор которых порождает непрогнозируемый автором дипломной работы эффект усиления не только разговорности, но и выразительности;
- в «оборванности» синтаксических связей в конце предложения (когда отсутствует управляемое присубстантивное существительное), например: *«В работе проанализированы опасные и вредные производственные факторы и предложены мероприятия по снижению их воздействия. По мере увеличения сложности конструкций все большую роль играют вопросы стоимости»;*
- в отсутствии лексико-грамматических средств, служащих для «привязки» ссылки на источник, например: *«Литературные данные по растворимости монокристаллов углеводородов относятся к интервалу давлений 5-9 МПа [33]».*

Подобного рода изъяны свидетельствуют о непонимании студентом-выпускником специфики речевого оформления собственно научного и научно-учебного текста. На наш

взгляд, различие между этими типами текстов проявляется не столько в коммуникативном намерении автора, сколько в факторе адресата и степени использования терминологии без дефиниций. Дело в том, что в содержании дипломной работы должны быть представлены и обобщение научных знаний, и формулировка частных проблем, важных для раскрытия данной темы, и актуальность исследования, и результаты исследования и их новизна.

Постижение специфики научно-учебного подстиля возможно лишь при практической направленности курса «Культура научной речи», являющегося составной частью дисциплины «Основы информационной культуры», поскольку речевое поведение в ситуации учебно-научного подстиля предполагает наличие у выпускника как общеречевых, так и профессионально ориентированных навыков устной и письменной речи.

В процессе обучения студент должен:

1. Уяснить, что структура научного текста представлена не только единицами членения (рубриками), но и терминосистемой данной отрасли знания, а также логическими (прежде всего каузативными) отношениями, логическими связями между понятиями; понимать, что даже описание в научном тексте неизбежно содержит черты рассуждения. (При этом весь спектр каузативных отношений, а также «ассортимент» языковых средств их выражения преподаватель должен представить как справочный материал – в форме таблиц, перечней слов и стереотипных выражений и т. д.).

2. Соблюдая законы построения текста и имея в виду типизированные структуры жанра «дипломное сочинение», научиться эксплицировать логику и ход рассуждения, продемонстрировав как процесс собственного исследования, так и его результат; овладеть метатекстовыми средствами, отражающими логику развития мысли.

3. Знать способы взаимодействия текстов, уместные в научном тексте, и уметь их применять в дипломном сочинении, подвергая чужой текст компрессии и трансформации.

4. Владея терминологией и терминосистемой избранной специальности, знать правила дефинитивного и недефинитивного использования терминов в собственной научной работе; уметь использовать узуальные способы обозначения действий, процессов, состояний и др.

5. Овладеть методиками смыслового анализа научного текста, приёмами свёртывания (в том числе компрессии предложений) и развёртывания текста в устной и письменной форме речи. Уметь составлять такие вторичные тексты, как фоновно-исторические данные по проблеме, обзор текстов предметной области, автореферат и т.д., используя при этом языковые средства, выражающие как уверенность, так и сомнения в достоверности научного знания.

6. Знать общие правила и приёмы саморедактирования текста и уметь применять их на практике.

#### ***Библиографический список***

1. Основы научной речи: учеб. пособие / под ред. В.В. Химики, Л.Б. Волковой. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2003.
2. Большая Советская Энциклопедия. В 30 томах. Т.8. – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1972.

***Л.Г. Шарина***

### **ПРОБЛЕМА СИСТЕМАТИЗАЦИИ И ИНТЕРПРЕТАЦИИ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ**

Актуальность изучения жанров обусловлена тем, что современная научная парадигма в языкознании носит, в целом, антропоцентрический характер, где особое внимание привлекает фигура человека говорящего (пишущего) и слушающего (читающего). Мы имеем в виду способы речевой деятельности, протекающие в конкретной коммуникативной ситуации и в конкретной жанрово-стилевой форме.

Несмотря на то, что существование самого феномена жанра никем не оспаривается, до сих пор в лингвистике (и филологии) проблема выделения и классификации жанров остается актуальной. В дефинициях, представленных в справочной литературе [1–3], акцент делается на следующих главных и очевидных признаках жанра:

- тип произведения искусства (литературного произведения);
- исторически сложившийся тип.

Действительно, начиная с античности формировались и изучались преимущественно художественные литературные жанры, которые остаются в центре внимания современного школьного курса литературы. Однако вся наша речевая деятельность протекает в виде жанров, и неслучайно учёными-лингвистами предпринимаются попытки создать *единую типологию жанров*, вне разделения их на литературные и функциональные (речевые).

Отправной точкой в этой работе служит учение М.М. Бахтина, согласно которому человеческая речь в типичных ситуациях превращается в готовые формы речевых жанров, которые «даны нам почти так же, как родной язык» [4, с. 237]. Речевые жанры, будучи «в общем гораздо гибче, пластичнее и свободнее языка», в то же время «безличны», потому что являются «типичной формой высказываний, но не самими высказываниями» [4, с. 237]. Типичными для речевых жанров компонентами, по М.М. Бахтину, являются коммуникативная ситуация, экспрессия и экспрессивная интонация, объем (приблизительная длина речевого целого), концепция адресата и концепция «наадресата».

Речевые жанры, характеризующиеся триединством тематического содержания, стиля, композиции, неразрывно связанных в высказывании, определяются спецификой конкретной сферы общения. Развитие же речевых жанров, согласно М.М.Бахтину, происходит следующим образом: вначале появляется замысел, определяющий как предмет речи и его границы (что, по сути, является темой речевого жанра), так и выбор жанровой формы. Причём «этот выбор определяется спецификой данной сферы речевого общения, предметно-смысловыми (тематическими) соображениями, конкретной ситуацией речевого общения, персональным составом его участников и т.п.» [4, с. 256–264].

Но в процессе речевой деятельности происходит и обратное влияние: замысел может корректироваться избранным жанром, складываясь и развиваясь в определенной жанровой форме. В результате этого влияния и формируются стиль и композиция произведения. Заметим, что стиль – это своего рода модель, типичная форма, в которую отливается индивидуальный стиль высказывания, выражающий личность автора, в том числе и экспрессия, т.е. «субъективное эмоционально оценивающее отношение говорящего к предметно-смысловому содержанию своего высказывания» [4, с. 256–264].

Таким образом, стиль реализуется и в конкретном высказывании, и в определённой жанровой форме: «Каждое отдельное высказывание, конечно, индивидуально, но каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы высказываний, которые мы и называем речевыми жанрами» [4, с. 250].

В своих работах М.М. Бахтин выделил, наряду с целенаправленностью, целостностью, завершенностью, смысловой полноценностью, и такой признак высказывания, и типично воспроизводимую жанровую форму [4, с. 256–264].

Проблема идентификации речевых жанров, по мнению М.М.Бахтина, тесно связана с теорией речевых актов, к которой обращено особое внимание современных лингвистов и учёных смежных областей знания.

В чём же заключаются трудности в выделении и классификации речевых жанров? Назовём некоторые из причин.

Во-первых, крайняя разнородность речевых жанров: это и малообъемные реплики бытового диалога, и бытовой рассказ, и письмо, и стандартная военная команда, и довольно пестрый репертуар деловых документов (в большинстве стандартный), и разнообразные публицистические выступления, и различные формы научных произведений, и все жанры художественной литературы (от притчи до многотомного романа).

Во-вторых, малоизученность жанров обиходно-разговорного стиля (кроме этикетных). В научной литературе упоминаются некоторые из них, например, сообщение о событии, признание, оценка, шутка, флирт, замечание, распоряжение, жалоба, ссора, нотация, оскорбление, дружеская беседа, светская беседа и др. Даже из этого, далеко неполного, перечня «вырисовывается» внутристилевая системность жанров: одни из них (дружеская и светская беседа, признание и др.) ориентированы на улучшение межличностных отношений, а другие (ссора, нотация и др.) способствуют их ухудшению.

И, наконец, следует отметить, что своеобразным препятствием служит существование разных подходов к самой классификации жанров.

Уже упоминавшееся классическое определение жанра представляется малопродуктивным, поскольку оставляет за пределами системы все нехудожественные речевые произведения.

В качестве возможного основания систематизации жанров следует назвать также структурно-композиционный подход, согласно которому можно выделить три вида текстов (соответственно, три разновидности жанров):

- тексты, содержание которых строится по более или менее жестким информационным моделям (инструкция, рецепт, театральная афиша и др.);
- тексты, содержание которых строится по узואальным информативным моделям, носящим довольно общий характер (газетное сообщение о текущих событиях, рецензия на литературное произведение и др.);
- тексты нерегламентированные, содержание которых не подлежит никакой строгой заданности со стороны жанра и коммуникативной сферы (частная переписка, большинство художественных произведений и др.).

В рамках преподавания таких вузовских дисциплин, способствующих формированию и развитию языковой личности, как русский язык и культура речи, стилистика, риторика, речевая коммуникация, наиболее перспективным представляется коммуникативный подход к выделению и систематизации жанров. С коммуникативной точки зрения можно назвать следующие разновидности жанров: информативные, оценочные, перформативные, императивные и некоторые другие.

Преимущества данной классификации заключаются в следующем:

- в ней отражены типичные стратегические (т. е. главные) коммуникативные цели, выделяемые в рамках речевого взаимодействия;
- она охватывает как все функциональные стили, так и устную / письменную разновидность речи.

Следовательно, к информационным можно отнести такие разные жанры, как отчёт (деловой, учебно-научный и т.д.), прогноз погоды, репортаж, рассказ в семейном или дружеском кругу о прошедшем рабочем дне; к императивным – указ президента, распоряжение руководителя, повестка в суд, заговор, бытовая просьба и т. д. Особый интерес у студентов неизменно вызывают и такие оценочные жанры, как рецензия, отзыв, характеристика, комплимент.

Таким образом, на сегодняшний день проблема речевых жанров, которая не исчерпывается лишь рассмотренными здесь аспектами, далеко не решена. Своего исследователя ждёт еще и проблема интерпретации речевых жанров.

#### ***Библиографический список***

1. Большая Советская Энциклопедия. – М.: Советская энциклопедия, 1972.
2. Литературный энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1987.
3. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н.Кожиной. – М.: Флинта: Наука, 2003.
4. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М., 1979.

## **СОСТОЯНИЕ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ РЕЧИ КАК ИНДИКАТОР СОСТОЯНИЯ ОБЩЕЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА**

В настоящее время вопросы коммуникаций как реальных, так и виртуальных, связаны с проблемами сохранения национальной идентичности, особенно молодого поколения. Сегодня в универсальные процессы глобализации вовлечены все страны, все народы, все культуры. В самом деле, почти в каждой стране можно встретить «Макдоналдсы», одинаково оформленные и одинаково обслуживаемые супермаркеты и модные бутики; одни и те же лица на глянцевого обложках журналов, одни и те же (по сути) передачи по телевидению; наконец, одинаково одетых студентов с похожими рюкзаками за спиной. Универсальные условия и ситуации вынуждают людей вести себя в них и реагировать на них если не одинаково, то узнаваемо. Как следствие, под угрозой оказывается функционально-поведенческая составляющая национальных культур. Ей грозит или исчезновение, или превращение в инсценировку и китч. Осознание этой угрозы заставляет сегодня разные народы с особым вниманием относиться к своим историческим корням, языку, традициям, национальным костюмам. В этом плане бразильский карнавал, баварские «Октоберфест», испанскую корриду и русскую масленицу можно рассматривать как форму сохранения национально-специфического под напором глобализации.

Глобализация почти безгранично расширяет поле идентификации индивида. Особенно это касается современного молодого человека, существующего, наряду с реальностью, в мировом киберпространстве. Молодежь не обладает культурным иммунитетом, они восприимчивы к информационно-психологическому воздействию, у них отсутствует языковой патриотизм. Сегодня система образования является практически единственным общественным институтом, который, наряду с поставленными задачами обучения, решает вопросы воспитания и сохранения системы национальных ценностей. Можно предположить, что на национальную безопасность государства влияет то, как учреждения образования ориентируют молодежь на решение проблем XXI века и кого они воспитывают – патриота или потенциального иммигранта. Крепкая и нравственная молодежь – это физическое развитие нации, а ее духовное развитие – это сохранение национального духа и характера, культуры и традиций, искусства и национального творчества, науки.

Развитие нации также немыслимо без сохранения национального языка. Язык – это не только средство общения, это народообразующий стержень, который соединяет нацию воедино и связывает настоящее народа с его историческим прошлым и будущим. Поэтому российские ученые считают, что в современных условиях следует использовать русский язык как инструмент оздоровления нации. Анализ современных тенденций развития геополитической обстановки в РФ показывает, что функционирование русского языка подвергается лингвистической угрозе в условиях мирового информационного пространства. Это обусловлено высокими темпами обновления словарного состава русского языка, потерей изолированных элементов лексики, засорением русского языка терминами и словесными оборотами иностранного происхождения, не свойственными традициям русской словесности, и широкому использованию в русской речи слов и оборотов жаргонного характера. Использование в речи лексики блатного лагерного языка – мент, крутой, крыша, лох, заложил, подставил – воспитывает у нее через законы языкопознания преступное мышление и преступное поведение.

Обогащенный новой лексикой язык, на котором говорит и объясняется сегодня молодежь, в том числе студенчество, – это результат влияния СМИ, которые активно содействуют внедрению западной терминологии, характерной для американской массовой культуры. А молодежная среда является наиболее активной и наиболее чувствительной к внешнему влиянию частью населения РФ. Бодибилдинг, фристайл, ноу-хау, презентация, он-лайн, имидж, конверсия, плюрализм – эти слова имеют точные эквиваленты в русском языке, но иноязычное слово скрывает нежелательный оттенок, поэтому его использование легче и удобнее.

Пока Россия шла нога в ногу с Западом в области вычислительной техники (1950 гг.), доминировали кальки (когда усваивается чужая идея в ее связи с другими идеями, но в своем языке подбираются средства передать эти связи) такого рода: редактор (editor), ячейка (cell), накопитель (storage). В настоящее время бездумное использование транскрипций английских терминов – файл, софт, хард, таймер, клип, флэш – свидетельствует об ослаблении эмоциональной связи между языком и его носителями. Эта связь позволяет людям справляться с потоком новаций в языке, устанавливая связи и аналогии нового порядка вещей с привычным в родном языке. Интенсивное заимствование стало вытеснять многие использовавшиеся ранее русские термины. Объективные причины этого явления объясняются спецификой самого процесса развития информационных технологий.

Но язык, по мнению А. Кушнира, нельзя понимать как пассивный объект. В самой системе языка есть механизм самосохранения, самозащиты. Как считает В. Костомаров, «русский язык могучий от природы от вторжения иностранных слов становится лишь более гибким и современным. Он сам переварит и усвоит нужное и полезное, он сам себе санитар».

Тем не менее, необходимость защиты языка укрепились в общественном сознании и периодически обсуждается на страницах прессы и в Государственной думе. В пример можно привести Францию, где в 1994 году был принят закон «Об употреблении французского языка», который не запрещает употреблять иностранные слова, вошедшие в структуру французского языка, но дает привилегии употребления государственного языка в таких областях общественной жизни, как образование, деловая сфера, реклама и предусматривает штраф за его неисполнение. В этой стране существует специальная Комиссия по терминологии, в задачу которой входит создание новых терминов в связи с развитием науки, техники, появления новшеств в различных областях, а также замена французскими номинациями обозначений, пришедших из других языков.



## Секция 12

---

### КРУГЛЫЙ СТОЛ

#### «Антропологическая аналитика и коммуникативный опыт»

---

**Председатель:** В.О. Волкова, доктор философских наук, профессор кафедры «Методология, история и философия науки»

**Заместитель председателя:** Т.Л. Михайлова, кандидат философских наук, доцент кафедры «Методология, история и философия науки»

**Ответственный секретарь:** Е. Романенко, студентка ФКТ

*В.О. Волкова*

#### АНТРОПОЛОГИЧЕСКАЯ АНАЛИТИКА И ПОЗНАВАТЕЛЬНО- КОММУНИКАТИВНЫЙ ОПЫТ

Факт нашего говорения в социальной практике означает, что все мы находимся в пожизненном гипнозе или «сне разума», так как в момент произношения слов с нами случается *событие говорения*, отличное от действительного смысла говоримого, который всегда коммуникативен, т.е. разделен на смысл говорящего и смысл слушающего. Можно вкладывать один смысл в слова, а понимать их совершенно иначе и при этом находиться в иллюзии, что тебя понимают и ты понимаешь сам, что говоришь.

Чтобы осознать говоримое, следует остановиться в потоке болтовни и объективировать вначале для самого себя как саморефлектирующего феномена виртуальные объекты, воспроизводимые по своей природе в качестве смыслов.

Это явление Ю. М. Лотман относит к «автокоммуникации», т.е. порождению отношений к самому себе как к Другому [2]. Еще Платон именовал автокоммуникацию диалогом в виде «беззвучной беседы с самим собой». Чтобы что-то сказать, следует иметь представление о родовых формах связей и отношений, погружающихся в отношения между людьми и там преобразующихся в подлинную коммуникативную действительность. Коммуникация является подлинной, если введен в нее регистр понимания контекста.

Оказывается, что современному сознанию работать в этих регистрах не так просто. Болтовня становится синонимом глобализации, при которой локально-национальные тотальности растворяются в безднах экономических несоответствий, унося с собой индивидуально-личностные неповторимые основания речевой культуры. Говорение ограничивает и прикрывает ответственность за сказанное. Ответственность всегда осуществляется от моего имени, но «*как бы* от имени другого и это никак не затрагивает ее индивидуальный характер»

[1, с. 26]. Отсюда неуверенность и проблематичность ответственности в наше время – они колеблется «в двойственности и крайней неуверенности этого *как бы*» [там же].

Информационные потоки заполняют пространство современного сознания, совершенствуя «трансцендентность бреда» (М. Фуко) умением «мыслить на английском», иноязычной лексикой в жанре «ОК-юшки», одеждой, манерами, буржуазным образом жизни и т.д.

Коммуникация становится невозможной в условиях отсутствия автокоммуникации. Невозможно понять другого, если не разорвать преступную связь говорения вне понимания того, что говорится. Мы не ведаем реально, что говорим, когда мы говорим, если не мыслим коммуникацию антропологически обоснованной и онтологически оправданной.

М. Эриксон открыл своеобразную закономерность [3]. Неосознаваемый комплекс ощущений, воспроизводимый в психике при речевом впечатлении от вещи, автоматически создает генеративную структуру сенсорной ассоциативной сети, формирующей дискурс. Именно этот микрокомплекс описывается М. Эриксоном в качестве бессознательного, обладающего многочисленными способами интерпретации. Одним из этих способов является такой «странный аттрактор» как сознание.

Вместе с тем, именно современная информационная цивилизация ведет человека к одиночеству и «разрывному» характеру жизни. Как правило, в Интернете людей, кроме факта «чистого общения», ничего не связывает. Гипотетически можно даже не иметь жилья и сидеть в Интернет-кафе, обладая полной иллюзией дома. Происходит усиление бессознательных генеративных структур, образующих inferнальные комплексы, выходящие наружу в разворачивании атмосферы говорения и пустоты безосновности. Умножается игра в серьезность контактов и связей, не имеющих показателей осмысленности.

Отсюда выводится потребность в антропологической аналитике как дисциплине ума, способной остановить болтовню сознания как вид трансценденции бессмыслицы.

Антропологическая аналитика не предполагает, что остановившись, потребуется нечто разделить на части. Точно также не требуется представлять синтез, т.е. соединение этих частей.

Антропологической аналитика имеет отношение к природе человека, разделение которой на части может быть произведено только для удобства изолирующей мысли. Она полагается на онтологические константы связей между людьми. Этим сужается понятие «коммуникации» до онтологически выверенного субстрата общения.

Эта стратегия коммуникации предполагает встречу-со-бытие людей, где отношения уже сами по себе являются способом лечения. Остановившийся поток говорения раскрывается в распознавании аббревиатур человеческого опыта, передаваемых во времени от поколения к поколению, служащих надежным средством упорядочивания его сферы.

Корпус методологии, онтологии и базовых допущений антропологической аналитики, ее словарь и описание процессов аналитических действий выводится из аксиом символической организации коммуникации:

1. Энантиодромия – термин К. Г. Юнга, означающий в переводе с греческого «бег навстречу». Она предполагает обнаружение образа коммуникации, где создаются или не создаются условия достижения сердечного взаимодействия. Любая задача облегчается в своем решении, если проходит «сердечную» проблематизацию.

2. Путь. Каждый человек – участник пути под названием «жизнь». Это его феноменальная реальность. В этом пути соотносительно событиям этой жизни осуществляется выбор между антиномиями (предстоящими перед мысленным взором неразрешимыми фрагментами действительности), которые ведут человека по устанавливающимся точкам сознания, где человек обретает себя в социальной роли, образе, поступке и т.д. Но дискретность этих точек составляет свернутые дискурсивные вселенные, обзриваемые в пути только *снаружи* в звуке, интонации, жесте. Развернуть эти вселенные возможно в энантиодромии при методологическом освоении постановки и реконструкции неосвоенной или поставленной проблемы в выведении вовне онтологического задания данного человеческого образа.

3. Личность – носитель двойственной реальности, обладающий утонченной организацией социодискурсивного существа, которая оформляется как метрика отношений между внутренним психическим содержанием и системой речи, законы композиции и функционирования которой складываются при социализации.

4. Символ – выразительная реальность. Он обладает чарами мерной пульсации, где колебания чувства и разума определяются отношениями энантиодромии. Период этих колебаний иррационален и находится в зависимости от попыток личности определить результат

тайной соотнесенности вневременных мер своих переживаний. Этот результат состоит в нахождении точки единения двоичности – тройственности сокрытого в глубине своей судьбы образа своего предназначения, который есть у каждого, но не открыт и заглушен безличными речевыми коммуникациями «как бы».

Данные аксиомы как утверждения, принимаемые на веру, являются исходными предпосылками для адаптации к действительности пентадной диалектики А.Ф. Лосева. Ее основу составляет диалектика как древняя дисциплина мысли, находящаяся внутри «древа» человеческого рода. Ею обусловлены исходные предпосылки человеческого мышления.

Адаптация этих родовых способностей к упорядочиванию мысли современных людей вырабатывалась:

- на основе научной проработки концепций онтологии и теории познания, психологии и психотерапии;
- длительной (более 10 лет) психосоциальной практики оказания реальной помощи людям по самым различным аспектам их жизни;
- создании и реализации практико-ориентированных научных программ «София Ψ» и проведении проектно-проблемных семинаров с элементами тренинга как экспериментальных полевых исследований.

#### **Библиографический список**

1. Деррида, Ж. Эссе об имени: [пер. с фр.] / Ж. Деррида. – М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: «Алетейя», 1998.
2. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю.М. Лотман. – М.: Языки русской культуры, 1999.
3. Эриксон, М. Гипнотические реальности. Наведение клинического гипноза и формы косвенного внушения / М. Эриксон, Э. Росси, Ш. Росси. – М.: Независимая фирма «Класс», 1999.

**Т.Л. Михайлова**

### **ЭГО-ДОКУМЕНТЫ КАК ВИД ПРАКТИКИ РЕЧЕВОГО ДИСКУРСА ИЗУЧЕНИЯ ЖЕНСКОЙ СУБЪЕКТИВНОСТИ**

*Наконец-то женщины возвращаются из дремучего далека,  
где все и всегда «как положено», они идут из вересковых  
пустошей, где ведьмам дозволено выжить, из застенков  
«культуры»; из своего детства, которое мужчины отчаянно  
заставляют их забывать, обрекая его на вечный покой*

Лингвистический поворот коммуникативистики, предполагающий анализ не только речевого, но и неречевого дискурса, детерминировал исследование различных аспектов языка как способа коммуникации. Коммуникация – это не только передача сообщений, но и их отсутствие. Пауза, молчание – это тоже коммуникация, взятая в горизонте истории. Поэтому важно с целью извлечения смыслов «взломать» текст молчания, что требует определенного инструментария. Чем незаметнее работает коммуникация, прячась под покровом слов или их отсутствием, тем теснее соучастие и приглашение к необычной интерпретации женского молчания как вселенского молчания мира в его первозданной глубине и девственной чистоте. Используя язык семиотики, можно сказать, что женское молчание есть маркированная форма гендерной идентичности и как всякая маркированная форма вызывает повышенный интерес и желание извлечения новых смыслов из глубин универсума.

Наша задача – исследовать возможности одной из практик речевого дискурса как инструмента «распаковки» молчания, взятого в качестве Другого, с целью осуществления рефлексии вокруг того, что именуется женской субъективностью. Методологическим инструментарием является использование эго-документов (под этими документами обычно

понимают автобиографии, письма, литературно-художественное творчество). В нашем случае это будет женская поэзия середины 90-х годов XX века как разновидность его-документов. Причем мы выбрали не большую поэзию, а то, что может быть охарактеризовано как «вот-поэзия», или поэзия повседневности, в которой преломляется бытие современницы, ее восприятие мира.

Следование по тропе Элен Сиксу и Люси Иригарэй, которые ввели понятие «женское письмо», позволяет приблизиться к «раскопкам» женской идентичности. Женское письмо – это место, в котором женщина обретает себя. Поэтому «женщина должна вложить себя в текст – как в сущий мир и в человеческую историю – совершив самостоятельное движение» [1, с. 799]. Метод анализа женского письма (дискурса) весьма продуктивен, ибо «язык – волшебное зеркало, в котором заключены человеческие миры.. Мы пленники своего языка» [1, с. 801].

Именно через язык женщина была изгнана из текстов, составленных мужчинами. Способ, которым можно разбудить женщин, репрессированных культурой, запертых в душные комнаты, «где их рвущееся на свободу сознание окорачивалось смиренной рубашкой» [1, с. 802] – это «мятежное письмо» (термин Элен Сиксу). Оно позволит ей вырваться из чудовищных лап суперэгоистического монстра, который всегда держал ее на голодном пайке вечного чувства вины, вины за все и на каждом шагу: за обуревающие ее желания, за отсутствие желаний. За то, что не фригидна и не сексуальна одновременно, за излишки материнской опеки и за недостаток ее, за то, что есть дети и что нет детей» [1, с. 805].

Миру нужна «универсальная женщина-субъект, которая разбудит женщин для самих себя и для их включения в историю» [1, с. 805]. Мужской дискурс – это властный дискурс, дающий мужчине право на привилегии и выбор; за языком скрыты определенные стратегии власти. Мишель Фуко отмечает: «Власть – это не некий институт, некая сила, которой кто-то был наделен. Власть – это имя, которой называют стратегическую ситуацию в данном обществе» [1, с. 302]. Мир, в котором мы живем, – это мир мужской культуры, мир мужских ценностей. Так было из века в век.

Женское молчание как поведенческий стереотип, как текст может быть декодировано, обнаружив неожиданные смыслы. Оказывается подмена разговора молчанием – это одна из игровых попыток пережить судьбу. В этом смысле молчание как Другое оказывается неким непредметным условием реальности, которая революционизирует историю. Аккумулированные смыслы молчания на длительном промежутке истории – это хороший материал для понимания женского бытия, вобравшего в себя негативный опыт господства мужского дискурса, допускающего антидетическое противопоставление бинарных оппозиций.

Мелодия слога Э. Сиксу так завораживает, что невозможно уйти от цитирования: "Мужчины совершили страшнейшие преступления против женщин. Жестоко и предательски они приучили нас ненавидеть женщин, быть своими собственными врагами, мобилизовать свои силы против самих себя, быть исполнителями их мужской потребности. Они создали антинарциссизм для женщин, то есть нарциссизм, который любит себя за то, чего нет в женщине! Они сконструировали позорную логику антилюбви» [1, с. 802]. Подхватывая мелодию слога Элен Сиксу, дадим простор собственному голосу, тем более что стихотворение «Онтология страха» усиливает мотив несвободы, звучащий при описании пространства «запертых в душную комнату культуры»: «Я соткана вся из страха: Страх-Монах поселился в горах, в горах судьбы моей, судьбы горемычных ночей; Страх-В-Гостях затаился в реках, реках телесности людей, телесности – белизны скатертей; Страх-Полицейский Пристав окопался в родниках, родниках мыслей экзистенциальных, очень нереальных». [3, с. 41].

СТРАХ-МОНАХ – вот мы и дали простор собственному голосу, вступив с тобой в диалог... «Страх-Монах – могилы разрытые, призраки ночные, души пустые... Чернота первичная, очень алогичная: темнота души и пропасть пустоты. Страх-В-Гостях – койка больничная, операционная, послеоперационная–реабилитационная...Белизна статичная – очень несимпатичная: Белизна болезни – крутизна судьбы и беды. Страх, полицейский пристав, –

вскрытые вены, горящие книги, пламя души одинокой. Краснота динамичная – очень трагичная: краснота краха – красными красками жизнь рисует, начало ее конца предсказует. Нити страха – ПУСТОТА, ПУСТОТА – не ничто, ПУСТОТА – полотно. Мастер ткёт из нитей: Белых, Красных, Черных – Черное и белое, Красное и черное, Белое и красное – выбери пару себе на забаву. Смелее, Маэстро, не бойся. Выбирай! Жизнь начинай!!!» [3, с. 41].

Страх, как видим, представлен в трех ипостасях: «Страх-Монах», «Страх-Полицейский Пристав», «Страх-В-Гостях». Триада страха. Центральный «Страх» по имени «Полицейский Пристав», пожалуй, главный персонаж: на его долю приходится функция внутреннего Цензора. То ли я сказала, так ли я думаю? Имеют ли мысли право на существование? Не слишком ли быстро они «бегут»? Невозможно догнать: «Стойте, мои мысли, или Вы уже не мои?» Беглый анализ этого стиха инициирует диалог с Э. Сиксу: «Каждая женщина знает, чего стоит мучительная попытка встать и сказать. Как колотится сердце, уходят слова и почва из-под ног – так отчаянна эта попытка, так велико преодоление страха для женщины – просто встать и сказать то, что хочешь, публично. Вдвойне попытка и свершение, потому что, даже если она смогла сказать, ее слова попадают всегда лишь на оглохший слух маскулинности, привыкший слышать лишь то, что сказано в мужском роде» [1, с. 805].

Диалог с его Величеством Страхом инициировал обращение к теоретикам феминизма, что внушает оптимизм, ибо поле аргументированной дискуссии, умноженной на искренний интерес, не может не принести плоды. Показателен конец стихотворения, обращенный к Маэстро: "Смелее, Маэстро, не бойся, выбирай! Жизнь начинай!" Автор этим ободрением признает за Мужчиной первенство и ответственность за устоявшийся «душный» порядок, признавая первичность его дискурса и начинаний, хотя в этих строках сквозит едва уловимая ирония, проявляющаяся в подталкивании Мастера («смелее», «себе на забаву»). Ирония – хорошо! Это здоровое чувство понимания происходящего вокруг, а с него, как известно, начинается путь к свободе.

#### *Библиографический список*

1. Сиксу, Э. Хохот Медузы. Введение в гендерные исследования: хрестоматия. Ч. II / Э. Сиксу. – Харьков ХЦГИ, – С.-Петербург: «Алетейя», 2001.
2. Пушкарёва, Н. Гендерная проблематика в исторических науках / Н. Пушкарёва // Введение в гендерные исследования. Ч. I. Харьков ХЦГИ, С.-Петербург: «Алетейя», 2001.
3. Михайлова, Т.Л. Онтология страха // Литературный альманах «Саксагань». Кривой Рог. № 2.

*И.В. Балдыгина, О.Г. Кузнецова*

### **ПРОЕКТ КАК «ПОТЯСЕНИЕ», ИЛИ ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКАЯ АНАЛИТИКА ПОЗНАВАТЕЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОГО ОПЫТА СОЦИАЛЬНОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ**

Тема нашего проекта «"Война и мир", или формирование информационного пространства с целью изменения образа военного в сознании общественности посредством PR-технологий» появилась как ответ на заявленную общую тему организаторами форума «Сфера 2008». Первоначальный этап коллективной работы был связан со скепсисом: что мы, девушки, сможем сделать полезного. Противоречивость мнений привела к отсечению лишней информации; «конфликт» в команде вызвал необходимость анализа коммуникативного опыта проектирования. М. Хайдеггер в работе говорит о том, что «всякий вложенный в вопрос скепсис или негатив возвращается бумерангом – мы находим только то, что искали, на что были запрограммированы. Всякий абстрагирующий социологический или психологический способ определения «повседневности» практически исключает возможность свободного философского анализа этой темы» [1]. Был развернут критический дискурс в фокус-группах, обнаружено «мерцание смыслов», имманентно возникающих в ходе обсуждения.

Концептуальным ядром исследования и фактически вторым (основным) этапом стало обсуждение научной статьи, основанной на анализе методологии феминизма, – «Женское молчание как бинарная оппозиция мужскому властному дискурсу» [2]. Эта статья, будучи теоретическим основанием проекта, инициировала дальнейший ход деятельности. Исторически сложилось, что в мире доминирует мужская культура. Сформировался патриархальный социум, в котором женщине нет места. Женщина в маскулинизированной культуре выполняет роль Другого. Её образ создан мужчиной, она всегда была зеркалом его целей и нужд.

Яркое следствие мужской культуры – армия. На основе статьи обозначился путь для решения проблем армии: необходимо нарушить вековое «женское молчание». Мужчина по природе воин, защитник, женщине всегда приходилось делить любимого с войной. Её удел – ожидание, в котором она одинока. Но молчание – не всегда пустота, молчание тоже коммуникация.

Обоснование социальной значимости проекта предполагает понимание того, во что мы верим. Невозможна подлинная отдача проекта, если нет четко обозначенных целей и задач, а главное – проблемы. Преодолеть данный этап удалось, применив «тезаурусный подход» [3] к проектированию, предполагающий активность субъекта социального действия, или социальную субъективность. Учитывая личный жизненный опыт, (отцы участников команды – профессиональные военные), мы сформировали теоретический конструкт проекта, что придало ему инновационность. М. Хайдеггер отмечал, что «правильная постановка проблемы повседневности должна исходить из установления степени заданности ответа вопросом, степени обусловленности искомого спрашивающим. Иначе говоря, вера зависит от понимания, а понимание – от веры» [1]. Мы верили в идею, это помогло вслушаться в женскую интуицию, организовав движение знания от своего к чужому.

Герменевтический круг как методология был следующим этапом: надо было теоретический «скелет» («тело» проекта) нарастить плотью. Погружение в военную лирику стало спасением: Булат Окуджава «Ах, война, что ж ты делала подлая...», Ирина Богущевская «Алеет лето на дне бокала...», будучи эмоциональным рефреном презентации, обозначили смысловое поле, задав истинную глубину связи поколений, обозначив преемственность ценностей.

Художественные фильмы о войне, просмотр которых занял не один день, способствовали не только эмоциональному погружению в материал, но и утверждению убеждения в верности избранного направления. «Летят журавли», «А зори здесь тихие», «Баллада о солдате», «Два бойца», – были изучены с целью «нарезки» для визуализации рождающегося проекта. Духовная глубина, как следствие погружения в тексты разных жанров, обогащала нас как авторов-исполнителей.

Нельзя разрывать герменевтический круг, нужно входить в него постепенно, как мы и поступили. Этому содействовало пред-понимание, сформировавшееся благодаря вживанию в проект посредством погружения в среду. Это дало возможность осознания действительной реальности, перехода от абстракции к конкретике. Аккумулятор смыслов – облечение повседневности: «повседневность не является просто суммой повседневных факторов и действий, проявлением банальности и повторения; она есть система интерпретации. Повседневность является с объективной точки зрения тотальности бедной и остаточной, но в другом смысле, она является торжествующей и эйфорической в ее стремлении к тотальной автономизации и переинтерпретации мира «для внутреннего потребления» [4]. Обыденное сознание – это не только объект чужой оценки, своего рода наглядный пример – это еще и система самообъяснения. Б. Вальденфельс отмечал: «"обыденная жизнь" может стать названием для разнородных явлений и предлагаться как спасительное средство при решении целого ряда проблем» [5].

Соответственно цели проекта возникла задача – сформировать информационное пространство вокруг армии как социального института. Решено, что движение должно происходить снизу вверх, от элемента к системе. Это предполагает создание информационного портала Армия online, на котором призывники могли бы пообщаться с солдатами, офицерами. Это шаг к диалогу через артикуляцию проблем армии: призывникам необходимо знание людей, жизнь которых армия изменила в лучшую сторону. Программа гражданско-патриотического воспитания молодежи – «династия военных» – способствует формированию преемственности поколений.

Кстати, в Нижегородской области реализуются проекты, направленные на воспитание молодежи (лагерь для детей «Хочу стать десантником»). Есть лагерь «Губернаторский призыв», цель которого погружение в историю края – ополчение Минина и Пожарского. Идея телешоу «Замуж за военного» – рассказ о семьях военных. «Офицерский бал» – наше следующее предложение восстановления утраченных традиций. В связи с этим был устроен флэш-моб в НГТУ: молодые люди были одеты в шинели, в фойе играл военный оркестр, пары кружились в вальсе. Погружение в ситуацию через музыку, танец состоялось. Его продолжением стала экскурсия для девушек ФКТ в Сормовскую дивизию: будни военной повседневности.

Мы живем в мире, в котором возрастает вероятность маловероятных событий. И этому миру нужна женщина в нетрадиционных ролях, например, женщина-военный. Сегодня повышается ценность женских качеств. Женщине присущи коммуникативные навыки, интуиция. Женщина – мать, пройдя военную службу, она сформирует у ребенка необходимые архетипы воина-защитника. Женщина меняется, и вслед за ней изменится и мужчина.

Анализируя опыт работы, мы пришли к выводу: проект успешен, когда есть теоретическое обоснование (фундированность) и тесная связь с практической частью посредством подходов: тезаурусного, предполагающего эмоциональное погружение; герменевтического, погружения в проект, как в текст. Цель социального проектирования – изменение, или «потрясение», создание новой системы интерпретации повседневности.

#### ***Библиографический список***

1. Хайдеггер, М. Бытие и время / М. Хайдеггер. – М., 1997.
2. Михайлова, Т.Л. Женское молчание как бинарная оппозиция мужскому властному дискурсу // Женщина в российском обществе. 2008. №4(49). С. 62–77.
3. Луков, В.А. Социальное проектирование: учеб. пособие / В.А. Луков. – М.: Издательство Московского гуманитарного университета: Флинта, 2007.
4. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М.: Культурная революция, Республика, 2006. – 269 с.
5. Вальденфельс, Б. Повседневность как плавильный тигль рациональности. Социо-Логос: [пер. с англ., нем., фр.] / Б. Вальденфельс. – М.: Прогресс, 1991.

***И.А. Белая***

### **О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ТРАДИЦИОННОГО АНТРОПОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В СОВРЕМЕННОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ФИЛОСОФИИ**

Современная мультикультурная репрезентативность в области антропологической аналитики позволяет констатировать чрезвычайно богатый спектр антропологических образов человека, выработанных разными культурами и разными авторами. Существуют различные классификации и типологизации антропологических образов человека.

Наиболее фундаментальными, исторически значимыми являются парадигмальные представления о человеке, своего рода антропологические контуры, антропопарадигмы, фокусирующие в себе духовный и жизненный опыт, значимый для определенного культурного региона/эпохи. Мы имеем в виду антропологические представления, концептуализированные как «совершенномудрый» в даосской традиции, «благородный муж» в конфуцианстве, буддийский этический идеал человека, христианское учение о человеке.

Каждая из этих антропопарадигм имплицитным образом включает в себя определенный тип коммуникации и коммуникативного опыта, актуализирующий тот или иной тип базовых отношений, присутствующих в жизни человека (понятия коммуникации и коммуникативного опыта в данной работе толкуются расширительно как определенный тип связи-отношения и соответствующий ему тип человеческой активности).

Коммуникативный опыт предстает не просто как вид опыта в ряду других возможных его

видов, но структурообразующим звеном в сфере жизненного опыта (мира) человека. По-видимому, можно судить о коммуникативной природе человеческого опыта вообще (здесь уместно вспомнить фундаментальные для философской мысли XX века работы В. Дильтея, М. Бубера, М. Бахтина, С. Франка, Гуссерля, в разных аспектах касающиеся проблематики коммуникативного опыта).

Обращаясь к духовным традициям при рассмотрении данной проблематики, можно отметить, что в буддизме, например, речь идет об автокоммуникации, сознательном отношении к самому себе, и связанной с ним практикой самосовершенствования себя и своего сознания и восхождения к нирване; в даосском учении актуализируется связь человека с космосом, с Поднебесной и дао как ее основой; в конфуцианстве на первый план выходит коммуникация человека и социума, выстраивание гармоничных отношений в семье, обществе и государстве.

Христианское вероучение устанавливает новый тип отношений – отношение человека и Бога. Это духовная вертикаль, которая выводит человека в иной, трансцендентный, мир и не только меняет наличное психологическое состояние человека, но трансформирует саму его онтологию. Один из наиболее глубоких и авторитетных современных исследователей христианской антропологии, в частности православного антропологического учения и являющегося его ядром исихазма, С. С. Хоружий называет этот процесс установления связи – сообщения человека с трансцендентным Истоком – размыканием наличного горизонта человеческой жизни и рассматривает его как необходимое условие превосходения естества человека, которое затрагивает всю структуру человека в ее трехсоставности тела, души и духа.

Процесс установления и поддержания данного типа коммуникации, имеющей трансцендентную природу, предполагает особый тип антропопрактики, современная рецепция которой представлена в ряде работ отечественных авторов, прежде всего в работах С.С. Хоружего, О. Генисаретского, С.А. Смирнова.

Концептуализации исихастской православной практики, предпринятые С.С. Хоружим, имеют, на наш взгляд, огромное значение не столько как вариант современной философской рефлексии по поводу отечественной антропологической традиции, сколько как форма актуализации тех духовных ценностей и смыслов, которые составляют фундамент отечественной культуры в ее подлинности и идентичности. В современной ситуации «слома, разрыва времен», тотальной ценностной релятивизации, утраты осознания значимости и важности традиции для жизни общества и человека, их сознательное возвращение к своим духовным истокам является спасительным. Речь идет не об абстрактном проекте человека, а о конкретных «прецедентах рождения человеческого в человеке», о «практиках второго рождения», по выражению С.А. Смирнова.

Процесс выработки человечеством того многообразия антропологических проектов, которое представляет антропологический контекст начала третьего тысячелетия, рассматривается современной отечественной мыслью как процесс «антропосинтеза» человека» (С.А. Смирнов).

Важно отметить, что антропологический проект, разработанный в рамках восточнохристианского дискурса в его исихастском варианте, представляется наиболее универсальным, не только вбирающим в себя все базовые коммуникативные интенции, но преобразующие их в новой трансцендентной перспективе.

*М.И. Беляева*

## **СИМВОЛ КАК АНАЛИТИЧЕСКАЯ КОНСТРУКЦИЯ ВЫРАЖЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ СИМВОЛОВ БЫТИЯ ЧЕЛОВЕКА**

*Теоретические и метатеоретические* построения могут стать инструментом антропологической аналитики. Вся культура носит символический характер. Символ является языком науки, искусства, религии, политики и других форм общественного сознания и самосознания. Философской теорией символа занимались многие исследователи, представляющие различные школы и направления, – Платон, Плотин, немецкие романтики, Г. В. Ф. Гегель и Э.



Кассирер, А. Ф. Лосев, М. М. Бахтин и др. Они посвятили свое внимание *символу* как необходимой форме выражения культурных смыслов, свойственных человеку.

Объективным показателем любого выражения действительного явления жизни признается знак, а организация знаков рассматривается сознанием в качестве знаковой системы.

Известно, что знаки бывают разные – языковые, неязыковые, знаки-копии, знаки-признаки, знаки-символы. Наиболее интересны последние, поскольку именно *знаки-символы* составляют *структурную компоненту воображения как аналитическую конструкцию* мыслительных процессов, так как именно они заключают в себе *наглядный образ*. Знаки-символы используются для приобретения, хранения и передачи информации, формирования гипотетических моделей на разных уровнях познания, осмысления человеком действительности.

В научной литературе отмечаются следующие *отличительные особенности* и связанные с ними *познавательные возможности* данной знаковой структуры.

Символ – *смыслообразующая* форма, поэтому она способна выступать механизмом рефлексии не только в кантовском смысле – в функции формального синтезирования субъективной информации. Она (форма) может воспроизводить и гипотетически моделировать содержательные рефлексивные образы, представляющие субъектность. Эта возможность обусловлена тем, что любые символы как носители смыслов являются порождением культуры, а точнее, «системы социокультурных связей» или социальной коммуникации в ее расширенном понимании. Здесь человек находит смыслы существующего. Причем эти смыслы, выполняя функцию *самоопределения* человека в мире, одновременно *стимулируют* его жизнедеятельность и познание, выступают своеобразным средством прогнозирования, обнаружения реальных возможностей субъекта.

Содержание подлинного символа через опосредствованные смысловые сцепления соотнесено с «идеями мировой целокупности» [1], полнотой космического и человеческого универсума.

*Символ* и *смысл* не являются *неразрывно слитными* образованиями, что связано с *богатством определений* того и другого, отражающим многокачественность процесса; *совпадением* лишь по одному или нескольким признакам; опосредствованностью *ситуацией*, предполагающей различие *интерпретаций* и т.д.

Смысловая структура *многослойна*. Она не дана, а *задана*, поэтому *гипотеза*, выраженная *символически* в определенных *ситуациях*, приобретает *высокую степень вероятности* и может быть *интерпретирована* однозначно и адекватно.

*Символ* – это форма выражения *обобщения*, включая *всеобщность* и *бесконечность*. Однако реализуясь через посредство *образов*, они остаются *конечными, единичными* предметами. В образах фантазии, если они приобретают символический смысл, люди осознают свои самые *внутренние*, самые глубокие переживания, самую *существенную* связь с миром. Человеческий разум порождает образы *универсального* звучания. Но если разум изобретает образы, возникает потребность познать этот разум. Кто оставляет его в стороне, тот получает только массу внешних сведений и остается в условиях поверхностного восприятия.

Есть внутренняя истина человеческих представлений, имеющих силу всеобщности. Не отвергая возможность случайности и произвола воображения, характерных для того или иного мифа, общей мысли, философии, мы, познавая разум, познаем процесс духовной созидательной деятельности человека, что само по себе суть «благородное занятие» [2].

Авторы, отмечающие уникальные возможности *символа* как специфической формы обобщения, указывают на его *диалектичность*. Символ способен в свернутом виде представить диалектическую картину мира культуры. Он, с одной стороны, базируется на принципах всеобщей связи и развития и *открывает* возможности для будущих интерпретаций, с другой, – содержит принцип *конкретности, ситуационности*, что предполагает относительную *закрытость, ограниченность* и *однозначность*. С одной стороны, символ может подчеркнуть какое-либо *одно* свойство или отношение всеобщего смысла (например, треугольник, по Гегелю, выражает идею божественного триединства). С другой, – отношение к данной идее указывает на *меру целостности* человека, единство внешнего и внутреннего мира, соотношение духовной реальности и практической действительности его поступков.

Полностью разделяя взгляды последователей *символа* в качестве аналитической конструкции познания и самопознания, особо подчеркнем вопрос о соотношении *символа* и *образа*. В литературе чаще рассматривается иная взаимосвязь: *смысла* и *образа*, подразумевая, что символ выступает здесь *смыслообразующей* фигурой, способной представлять высокие степени обобщения (то есть *рациональную* сторону), а *образ* – *чувственную форму*. Предполагается также *непосредственное* их соединение. *Символ* имеет своей основой *непосредственное* соединение *всеобщего* и, вследствие, этого *духовного смысла* и столь же соответственного, сколь и несоответственного *чувственного образа* [2].

Термин «образ» неоднозначен. Образ является необходимой внешней формой символа. Последнего «вне образа» просто не существует, то есть он существует в чистой форме «знака», но когда речь идет о ментальных структурах, в частности о воображении, символ *всегда* непосредственно включается в образ. В *гносеологическом* плане термин «образ» не исчерпывается отношением к *смыслу*, он содержателен и с необходимостью включает отношение к *значению*, то есть к *объективным* процессам действительного мира.

При выделении символических моделей искусства, например в жанре портрета, в гносеологическом плане можно выделить *идеальную онтологию*, то есть приметы времени, ситуации и т.д., позволяющие воспринимать мастера не просто *психологически*, но как символ его духовности и философской значимости. Отметим, что *духовное* не редуцируемо ни к *рациональному*, ни к *иррациональному*. *Духовное* суть *философски разумное, аналитически обоснованное основание* деятельности человека, ориентирующего его на *аксиологическую природу как самой деятельности, так и ее осознанного обоснования*.

#### **Библиографический список**

1. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М.: Искусство, 1986. – 444 с.
2. Гегель, Г. В. Ф. Эстетика: в 4-х т. Т. 2 / Г. В. Ф. Гегель; под ред. М. Лифшица. – М.: Искусство, 1969. – 326 с.

**О.С. Власова**

### **МЕТОД СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА КАК МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ ПЕКУНИАРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ**

Сегодня деньги занимают прочное место в быту отдельной личности и семьи, становятся мощным источником формирования обыденного сознания и, соответственно, социального поведения. Влияние денег на человека не исчерпывается сферой экономики, они оказывают существенное влияние на формирование морали, иерархии ценностей, обладают психологическим и мировоззренческим воздействием на человека и общество. В современных условиях возникает объективная необходимость изучения денег не только как экономического, но и социального, культурного феномена.

Исследование пекуниарных (от лат. *pecunia, ae* – «деньги») ценностей личности отличается особой актуальностью, связанной с социально-экономическими переменами, произошедшими в нашей стране в конце XX столетия. Именно сейчас наступает время для выделения и описания феноменов, возникших в период перемен. Целью нашей работы явилось изучение пекуниарных ценностей современного студенчества методом семантического дифференциала.

Техника семантического дифференциала, разработанная Ч. Осгудом (1957 г.), предназначалась для измерения различий в интерпретации понятий испытуемыми. При этом имелось в виду то уникальное значение, которое данное лицо, предмет, явление и т.д. приобрело для обследуемого индивида в результате его жизненного опыта. Процедура метода сводится к следующему. Исследуемый объект (стимул), в качестве которого может выступить слово, понятие, символ в вербальной или невербальной форме, оценивают путем соотнесения с одной из фиксированных точек шкалы, заданной полярными по значению признаками (чаще всего

выраженными прилагательными). Пространство шкалы между противоположными значениями воспринимается испытуемым как непрерывный континуум градаций выраженности значений, переходящий от средней нулевой точки к различной степени одного или противоположного ему признака.

Оценка значения понятия в шкале семантического дифференциала позволяет поместить его в точку семантического пространства. Положение точки характеризуется двумя основными показателями: направленностью от начала координат – нейтральной позиции шкалы (качественная характеристика, поляризация признака) и удаленностью от начала координат (количественная характеристика, интенсивность). Чем длиннее вектор удаленности точки семантического пространства от нейтральной позиции, тем интенсивней реакция и более значимо для испытуемого оцениваемое понятие.

Как полагает сам Осгуд, метод СД позволяет измерять так называемое коннотативное значение, то есть то состояние, которое следует за восприятием символа-раздражителя и необходимо предшествует осмысленным операциям с символами. Коннотативное значение связано с личностным смыслом, социальными установками, стереотипами и другими эмоционально насыщенными, слабо структурированными и мало осознанными формами общения.

В данном исследовании приняли участие 46 студентов НГТУ им. Р.Е. Алексеева в возрасте 20–22 лет. Участникам было предложено оценить понятие «деньги» по шкалам семантического дифференциала. Групповые результаты (среднее арифметическое) участников исследования представим в виде семантического профиля.

Было выяснено в процессе исследования, что понятие «деньги» связывается испытуемыми с такими характеристиками, как «приятный», «полезный», «знакомый», «сильный», «активный», «богатый».

Пик на семантическом профиле по признаку «богатый» является ожидаемым, поскольку и понятие «богатый», и понятие «деньги» относятся к одной и той же концептосфере – концептосфере экономики. Пики по признакам «приятный» и «полезный» отражают эмоционально-оценочный компонент представления о деньгах, и, по результатам настоящего исследования, эта оценка является положительной.

Интересным, на наш взгляд, является то, что испытуемые дали высокую оценку понятию «деньги» по признаку «знакомый». По-видимому, испытуемые имеют четкие представления о деньгах и достаточный опыт обращения с ними. Такие результаты свидетельствуют о позитивной динамике в «экономическом сознании» молодежи в нашей стране.

Таким образом, предприняв попытку изучения концепта «деньги» методом семантического дифференциала, поставленная цель – построение семантического профиля данного концепта – была достигнута. Проведенное исследование может быть продолжено в плане построения семантического поля данного концепта, сопоставления концепта «деньги» и других социально-психологических концептов.

Семантический профиль концепта «деньги» представлен в табл. 1.

*Таблица 1*

	Градации выраженности значений							
	3	2	1	0	1	2	3	
1 Жесток й				*				Добрый
2		*						Неприятный

Приятный								
3 Полезный		*						Бесполезный
4 Важный			*					Незначительный

Продолжение табл. 1

5. Постоянный				*			Изменчивый
6. Обычный		*					Фантастический
7. Новый				*			Привычный
8. Знакомый		*					Неизвестный
9. Теплый			*				Холодный
10. Сильный		*					Слабый
11. Опасный			*				Безопасный
12. Плавный				*			Порывистый
13. Редкий				*			Частый
14. Веселый			*				Грустный
15. Несчастный				*			Счастливый
16. Яркий			*				Тусклый
17. Вялый					*		Активный
18. Умный			*				Глупый
19.				*			Добрый

Злой								
20. Чуткий			*					Невнимательный
21. Отзывчивый				*				Равнодушный
22. Грубый			*					Ласковый
23. Сложный			*					Простой
24. Свой			*					Чужой
25. Жесткий			*					Мягкий
26. Понятный			*					Непонятный
27. Красивый			*					Некрасивый
28. Большой			*					Маленький
29. Богатый		*						Бедный
30. Чистый				*				Грязный
31. Расплывчатый				*				Четкий
32. Обязательный			*					Необязательный

Окончание табл. 1

33. Интересный			*					Неинтересный
34. Правильный				*				Неправильный
35. Требовательный			*					Нетребовательный

#### Библиографический список

1. Осгуд, Ч. Семиотика и искусствометрия / Ч. Осгуд, Дж. Суси, П. Танненбаум. – М.: Мир, 1972.

**И.Е. Волков**

## **КОГНИТИВНАЯ СТРУКТУРА «СВОЕ-ЧУЖОЕ» КАК ИНСТРУМЕНТАЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ДЕЙСТВИЯ**

Антропологическая аналитика современного жизненного мира сталкивается с противоречиями философии языка ничуть не меньше, чем это было в XVIII–XIX веках, когда сфера мышления впервые соприкоснулась с наличием феномена чуждости, в основном, благодаря искусству и его романтической направленности. В Новом времени чуждость стала симптомом растущей мульти- и межкультуральности, а в XX веке практически вышла за пределы их границ.

В начале XXI века, благодаря катастрофическим событиям войн и революций века прошлого, чуждость стала внедряться в познавательный опыт в составе диалектической пары «свой-чужой», кристаллизующейся на фоне идеи множественности личности как совокупности ситуативных «Я», особенно развившейся в информационной техногенной цивилизации.

Феноменология как направление исследования человеческой субъективности включает в свою проблематику опыт чуждости и относит его к основным проблемам феноменологического мышления. Это отмечалось в работах Э. Гуссерля, М. Хайдеггера, Ж.-П. Сартра, М. Мерло-Понти, Ж. Деррида, М. Бланшо, Б. Вальденфельса, подготовивших мышление философов постнеклассической эпохи к разработке практико-ориентированной науки, реконструирующей их учения в направлении совершенствования социальной коммуникации и умножения ее ценности.

Открытие феноменального слоя в сознании привело к радикальным преобразованиям: изменению нововременного понимания разума и представлений о субъекте.

Границы, на которые натывается наше зрение, невозможно расширить до всеохватного космоса, что ограничивает власть Разума, желающего прибрать к себе неограниченную и беспредельную информацию. Разум обречен на одиночество, так же как и Субъект, лишенный возможности «быть дома». Ему не помогает никакая рефлексия на «возвращение к самому себе».

Ни Разум, ни Субъект не могут быть инструментальны в современной виртуальной реальности, даже выступая в роли игроков единого коммуникативного поля. Ни инобытие, ни предметность, ни определенность не составят лексикон, на котором описывается современная социальная обусловленность жизни человека.

Она подвергается настоящему испытанию со стороны чуждости, в своей выразительности являющейся символическим концептом, для которого больше подходит мифопоэтический язык. Как считает Б. Вальденфельс, чужое «выступает из темноты» и оказывается «феноменом особого рода, не подчиняющимся так просто логосу феноменов» [1, с. 10] Чужое отделяет от Своего порог, перешагнуть который не дано никому, как никто не может быть одновременно физически молодым и физически старым. Только в фантазии можно представить, андрогинна, или «третьего человека», имеющего одновременно азиатские и европейские черты, одновременно женские и мужские органы.

Чуждость располагается в «месте» особого рода. Его невозможно нанести на карту местности со свободным маршрутом. Оно является событием ментального *картдрома* – инструмента фокусировки ментальной карты (В.О. Волкова), устанавливающегося только через преодоление барьера – преграды его недоступности в нежелании признать свою коммуникативную близорукость.

Коммуникативная среда может восприниматься как ментальный картродром, предполагающий обнаружение условий восприятия обстоятельств как способности человека соединять неоднородные фрагменты мира, возникающие в опыте в некоторое единство. Она

показывает, что «устаревшие» понятия, например опыт, несмотря на свою вековую теоретическую «изношенность», несут в себе потенциальное и вневременное значение, но при условии их антропологической и феноменологической контекстуальности.

Опыт современного человека может быть представлен как не рефлексированное, доличностное сознание, точка пересечения сознания со всяким другим. Чужое не находится «где-то в другом месте». Оно само *определяется* как находящееся где-то в другом месте как «а-топия», подобно тому «как Сократ описывается у Платона: как атопос, как странный и не имеющий места» [1, с. 11].

Термин «интенциональность», введенный в философию Ф. Brentano, был использован Э. Гуссерлем в качестве прообраза ряда инструментальных структур, на основании которых сознание обретает опыт преодоления преграды чуждости и порождения близости. При этом интенциональность ограничена и требует дальнейшей интерпретации.

Б. Вальденфельс ссылается на учение Э. Гуссерля о раздражении и указывает на его инструментально-коммуникативный ресурс. Интенциональность обозначает, что *нечто* полагается как *нечто* и в такой форме схватывается смыслом. Именно в этом состоит ее ограниченность. Раздражение воспринимается в качестве атаки, включающей «малые возмущения» (Г. Лейбниц) или впечатления, «чужие претензии»: «то, *что* я отвечаю, обязано своим смыслом тому, *на что* я отвечаю» [1, с. 14].

Респонзивная форма феноменологии предполагает преодоление семиотических и герменевтических определений опыта. Она начинается «*по ту сторону смысла*» и правил, а значит, может быть установлена средствами антропологической аналитики. Предопределенность, с которой выступает наше сознание, натолкнувшись на препятствие, вызывает проблематизацию действительности коммуникации еще до того, как включаются понимание и знание.

Когнитивная структура «Свое-Чужое» требует выявления респонзивной рациональности, когда происходящее в коммуникации воспринимается невозможным остаться без ответа. Социальная коммуникация является суггестивной средой с неустранимой асимметрией, когда мы отвечаем то, что от нас ждут, а не то, что мы хотим сказать. Наша собственность – Свое – заключается в креативности ответа как способности перевалить через «узкий хребет», который отделяет свободного человека от раба, а кролика от удава. Это не означает, что можно использовать произвол современного сленга и почитать его смелостью.

Призыв феноменологии заключается в необходимости обучаться здоровой аналитике коммуникации, опирающейся на личное творчество, которое надо в себе вырастить, а для этого необходимо отказаться от маргинального права «жить своим умом» без твердой уверенности его (ума) наличия в себе.

---

1. Вальденфельс, Б. Ответ Чужому: основные черты респонзивной феноменологии // От Я к Другому: проблемы социальной онтологии в постклассической философии: сб. докл. – Мн.: «Пропилей», 1998. С. 9–19.

**М.А. Гурьев, М. И. Зайцева, Ю. В. Холмогорова**

## **ЗАЧЕМ ИНЖЕНЕРУ ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ?**

Наш век – век научно-технического прогресса. Но, к сожалению, развивая одно, мы забываем про существование другого. Так, на данный момент, мы стали забывать про культуру речи, литературу, философию и другие немаловажные предметы, связанные с дисциплинами, развивающими речевые навыки и вербальное общение. Казалось бы, зачем инженеру, работающему со станками, железками и инструментами, уметь грамотно говорить, умело выражать мысли? Ведь всем знаком образ нынешнего инженера: злой рабочий в форме, в каске с монтировкой в руке, постоянно орущий и бранящийся нецензурными выражениями.

Представим его на руководящих постах, предполагающих каждодневные встречи с влиятельными людьми, решая важные вопросы. Получается комичная ситуация: культура речи, вербальное общение и навыки коммуникации влияют на положение человека на карьерной лестнице.

Недаром многие писатели и критики закончили технические высшие учебные заведения. Василий Никитич Татищев, автор капитального труда – «Истории Российской» – закончил Инженерную и артиллерийскую школу, изучал горное дело. Владимир Иванович Даль прославился как автор «Толкового словаря живого великорусского языка», академик Петербургской Академии Наук, конструктор мостов через реки Вислу и Урал. Федор Михайлович Достоевский, один из крупнейших русских писателей и мыслителей, окончил Военно-инженерное училище. Борис Натанович Стругацкий, русский советский писатель, сценарист, переводчик, создавший в соавторстве с братом Аркадием Стругацким несколько десятков произведений, ставших классикой современной научной и социальной фантастики, окончил механико-математический факультет Ленинградского государственного университета по специальности звездный астроном, работал на счетной станции Пулковской обсерватории инженером-эксплуатационником по счетно-аналитическим машинам. Борис Николаевич Ельцин, политический и государственный деятель, первый Президент России, окончил Уральский политехнический институт им. С.М. Кирова с квалификацией «инженер-строитель». Валерий Павлинович Шанцев, российский политик, губернатор Нижегородской области, бывший вице-мэр Москвы, закончил вечернее отделение Московского института радиотехники, электроники и автоматики.

В современных условиях одной из центральных задач, стоящих перед высшими техническими заведениями, является выпуск специалистов с уровнем подготовки, позволяющим выдерживать жесткую конкуренцию на рынке труда. Достаточно ли для решения указанной задачи простого повышения качества общетехнической и специальной подготовки? Очевидно, что это не соответствует действительности. Поэтому необходимо концентрировать внимание в первую очередь на формировании у студентов творческого мышления, позволяющего в будущем решать нестандартные задачи.

Инженер от латинского *ingenium* – способность, изобретательность. Предполагается, что человек, овладевший инженерной специальностью, обладает широким набором различных видов изобретательности, который нельзя развить без широкой общекультурной подготовки. Известно, что инженер – это профессия социотехническая: 50% его работы приходится на технику, 50% – на взаимодействие с другими людьми. Без знаний законов окружающего социума и определенной психологической подкованности, на наш взгляд, невозможно профессиональное самосовершенствование инженера и его дальнейший профессиональный рост как неотъемлемый компонент подготовки специалистов. Ведь требования современного мира становятся все же жестче, отсюда, к примеру, основной лозунг «IBM»: "Успешная фирма – это постоянно обучающаяся организация". В этом смысле актуализируются навыки коммуникативного общения.

Чрезвычайно велико влияние философии на процесс нравственного воспитания студентов, их социальной ответственности. Дело не в том, чтобы концентрировать внимание студентов на тех или иных этических понятиях, главное – выработать у них потребность рефлексии, формировать определенное мироощущение и мировоззрение.

Важнейшей задачей гуманитарной подготовки студентов является развитие мировоззрения молодых специалистов. В условиях все возрастающего потока научной информации особую актуальность приобретает формирование информационной культуры, которая заключается не только в способности быстро извлекать полезную информацию, но и в умении ее логически осмысливать, интерпретировать, аргументировано излагать.

Такое умение в большей степени обуславливается хорошей языковой подготовкой. К примеру, молодые специалисты, приходящие на работу в ОАО «Выксунский Металлургический Завод», – его творческий и интеллектуальный потенциал. Для самореализации активной молодёжи, усиления ее роли в решении производственных задач, преодоления цикла адаптации



и закрепления вновь принятой молодежи в подразделения завода на ОАО «ВМЗ» действует программа «Молодежь ОАО “Выксунский металлургический завод”», которая является составной частью программы развития персонала.

Молодой специалист, вливаясь в трудовой коллектив, перенимает манеру языкового общения, традиционно изобилующую значительными заимствованиями из различных пластов сленга, усваивает стиль общения, господствующий в подразделении. При растущей культуре производства, усложнении оборудования, постоянно повышающихся требованиях к качеству продукции, примитивность и вульгарность производственной речи неизбежно ведет к деградации мышления инженера, снижению его творческого потенциала. Выпускнику вуза, не имеющему должных знаний и навыков, часто бывает нечего противопоставить доминирующему в коллективе разговорному языку, что резко снижает его ценность как профессионала.

Фрагментаризация научного знания, что связано с самой сутью науки, ведет к узкой специализации. Именно поэтому профессиональная подготовка специалистов инженерно-технического профиля, не подкрепленная гуманитарными знаниями, приводит к тому, что результаты инженерной деятельности противоречат интересам общества, вызывая массу негативных последствий социального характера. Чтобы этого не происходило, будущие инженеры должны опираться не только на узкоспециализированные знания, но и на весь спектр общечеловеческих дисциплин (философия, психология, этика, социология, история культуры, экология и риторика), необходимость которых рассмотрена в данной работе. Это поможет частично избавиться от страха перед «бездушной наукой», которая стремится получить только управляемых киборгов, не способных к самосовершенствованию.

*М.Ю. Звездова*

### **АВАТАР КАК БАРОМЕТР ТРАНСФОРМАЦИИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО «Я» В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

Начиная с последнего десятилетия XX века, в СМИ все чаще встречаются термины «виртуальность», «виртуализация» [1]. Общество начинает все больше ориентироваться не на реальную реальность, а на реальность замещающих образов, то есть виртуальность.

Одним из способов оценить степень виртуализированности личности является визуальный анализ. В данном случае исследование «аватаров» есть один из наиболее интересных способов рассмотрения самопрезентации личности в Интернет-общении, например, на форумах или в «Живом журнале». Безусловно, изображение, представленное пользователем Интернета, является одной из важнейших деталей для определения его идентичности в виртуальном мире.

Создание «аватаров» – виртуальных личностей – является необходимым элементом при осуществлении сетевых коммуникаций. Аватар – это небольшое изображение, "лицо" их владельца. Он может отражать настроение, эмоции, внутреннее мироощущение. Некоторые пользователи предпочитают вступать в виртуальное общение под своим настоящим именем и с настоящей фотографией. Другие, благодаря анонимности, создают себе новый виртуальный образ. Не так давно появились приложения для видеоконференций, в которых динамические аватары поддерживаются в реальном времени, синхронизируясь с мимикой пользователя [2]. Пословица «Встречают по одежке...» верна и в отношении аватара, потому что изображение лучше воспринимается, чем текст. Таким образом, визуальный анализ помогает точнее концептуализировать само понятие виртуализации общения.

По аватару пользователя можно судить о том, в какой степени он совпадает с реальной идентичностью, как происходит последовательное конструирование разных образов собственного «Я», например, использование своей настоящей фотографии – это случай отражения идентичности, целостного образа, который существует и при живом общении, т.е. это практически нерелексивное реконструирование собственного «Я» в сети. Если для аватара используется какое-либо изображение, кроме реальной фотографии, то здесь можно увидеть попытку разделить конструируемый образ на детали, собрать единый образ из отдельных

частей. Каждый визуальный образ выражает эмоции, передает определенные ассоциации своего обладателя. Замечена интересная тенденция: набор аватаров либо полностью состоит из реальных фотографий (или одной), либо не включает реальных фотографий, но состоит из нескольких картинок, каждая из которых представляет своего владельца с разных сторон.

Проводимый автором опрос постоянных участников сайта в контакте, разместивших как свои настоящие фотографии, так и картинки, выявил, что в качестве норм, на которые ориентируются пользователи при создании аватаров, могут быть нормы красоты, авторитетности, известности. В этом случае выбранные картинки обычно представляют собой фотографии фотомоделей, известных политиков или киногероев. Некоторые пользователи меняют свои аватары каждый день вместе со сменой настроения.

Тогда, например, такие картинки, как плачущие люди, бешеный пес или улыбающееся солнце показывают в виртуальном мире эмоции реального человека: грусть, злость или радость соответственно. Другие используют свои фотографии потому, что знают, что их коллеги по работе тоже есть на этом сайте, либо хотят, чтобы их нашли знакомые. Сотрудники могут зайти на страницу своего начальника и увидеть пушистого котенка. Страх, что знакомые люди будут воспринимать пользователя по-другому уже «в реальности», заставляет человека долго выбирать себе аватары. Реальная личность начинает восприниматься по своей картинке в Интернете. Глядя на аватары, мы представляем, каким мог бы быть этот человек «в жизни».

Пример с одного из форумов:

«Black Diamond (BD): Леди, многие из вас, на сегодняшний час выглядят еще более обворожительно, чем когда я был здесь в последний раз. Я рассматриваю ваши новые образы и наслаждаюсь.

Вольная звезда (B3): А вот об этом поподробней. Мы любим ушами, ну и другими частями тела.

BD: Вольная звезда, ты как восточная царица, блеск самоцветов, загадочность и магнетизм.

Ирида: Да, да, мы любим лесть и все такое

BD: Но это не лесть. Я так вижу и чувствую. Ирида, твоя аватарка такая игривая и призывная. Где-то я уже говорил, что люблю контрасты. Загорелая кожа, соблазнительный изгиб тела и такое невинно-белое платье, какая тонкая сексуальность.

Жюли – мощная энергия, сила, вызов и в тоже время такая трогательная скромность в жесте.

Светик: Вот заметила, что в зависимости от аватара меняю и поведение. Совершенно неосознанно. Чем резче аватар, тем более свободно высказываюсь. Это как в жизни. Ведь большая разница: одеть деловой костюм и туфли на шпильках или спортивный с кроссовками» [3].

Как видим из приведенных записей, сами аватары начинают влиять на поведение их владельцев. Эта взаимная связь есть некая плата за анонимность. Меняются аватары, меняются «лица», вместе с ними меняемся «МЫ». Теперь «КТО говорит» распадается на множество безликих «КТО». Но лишь немногие пользователи осознают это [4].

Интернет обладает свойством самореферентности, что повышает степень неопределенности в виртуальном общении. Возникает вопрос, в какой реальности, подлинной или виртуальной, наиболее полно реализуется сущность человека. Этот вопрос выделяется в проблеме антропологического измерения коммуникации, порождаемой ускоряющимися темпами развития телекоммуникаций [4].

Конструирование образа «Я», игра с идентичностями занимает все более важное место в нашей жизни. Аватар представляется неким кодом возникающей виртуальной культуры. Сегодня мы можем опосредованно – через аватаров – наблюдать постепенное «перетекание» реальной личности в виртуальную. Происходит трансформация реального в виртуальное, замещение настоящей реальности виртуальной, с ее образами и поступками. Аватар же выступает неким барометром изменений индивидуального «Я» в пространстве сети.

#### ***Библиографический список***

1. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.

2. Итоговый аналитический отчет на тему «Перспективные направления развития российской отрасли информационно-коммуникационных технологий» (Долгосрочный технологический прогноз Российский IT Foresight). [Электронный ресурс] // <http://www.minsvyaz.ru/.cmsc/upload/docs/20080402152621vp.pdf>
3. [Электронный ресурс] <http://lady.webnice.ru/forum/viewtopic.php?t=1223> >
4. Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии: труды НГТУ им Р.Е. Алексеева. – Н.Новгород: НГТУ, 2008. – 114 с.

*А.Ф. Зимин*

## **ИДЕНТИЧНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА И ВСЕМИРНАЯ СЕТЬ: ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОЛОГИИ К. Г. ЮНГА**

В XX в. одной из острых проблем философии, социологии и психологии стала проблема идентичности. Антропологический подход позволяет изучить феноменологический и метафизический аспекты идентичности, исследовать онтологические позиции, которые занимает человек, проанализировать соответствующие методологические модели, рассмотреть различные антропологические тактики и метафизические стратегии.

Идентичность – отождествление, тождество, тождественность, точное соответствие, полное совпадение. Для идентичности должна быть пара объектов и некий субъект, который устанавливает, удостоверяет, подтверждает или опровергает идентичность этих вещей [1]. Идентичность понимается как самоопределение личности, самопознание и опознание себя в качестве некоторой определенности, конкретности. Идентичность предстает как отражение окружающего мира, подражание внешним объектам.

Проблема идентичности тесно связана с темой субъекта, личности, проблемой границ и пределов человеческого «Я» [1]. Территория этих вопросов фокусируется через проблему аутентичной идентичности, подлинного соответствия. В современных условиях возможна ситуация подмены чего-либо настоящего его копией, моделью, клоном. Развитие робототехники, технологий клонирования постепенно размывает границы между человеком и его двойником. Робот или клон, имея совершенно другую природу, может заменить, подменить человека, заняв его место, разрушив антропологическое пространство. Субъект не сводится к субстанции: он всегда больше своей телесности и социальности. Идентичность – это метафизический факт самосознания «Я», себя как такового, вне зависимости от социокультурного контекста. Идентичность реализуется в психологических и экзистенциальных измерениях человеческого бытия: человек обнаруживает разные аспекты бытия, конструируя образ самого себя. Зачастую образ навязывается современными информационными системами. Человек становится заложником этих систем, одна из которых – сеть Интернет.

Интернет – коммуникационный медиум, который впервые сделал возможным общение многих людей со многими другими в любой момент времени и в глобальном масштабе. Эффект сетевого объединения на основе Интернета выходит за рамки простой численности абонентов, ибо здесь важное значение приобретает также и фактор качества использования сети. Основные виды экономической, общественной, политической и культурной деятельности в настоящее время структурируются посредством Интернета [2].

С постоянным развитием компьютерных технологий растет число зависимых людей (аддиктов). Компьютерная зависимость обладает некоторыми характеристиками: пренебрежение важными вещами в жизни из-за аддиктивного поведения, разрушение отношений и разочарование в значимых людях [3]. Патологическое использование компьютера, возможно, не так опасно в своем влиянии, как, например, алкоголизм или наркомания. Но все же компьютерная аддикция негативно влияет на личность.

При возникновении компьютерной зависимости под удар попадает личность человека. Личность, по Юнгу, – чрезвычайно сложная структура [4]. Личность состоит из нескольких дифференцированных, но взаимосвязанных систем. Наиболее важные: эго, личное

бессознательное и его комплексы, коллективное бессознательное и его архетипы, персона, анима и анимус, тень [5]. Одним из самых трудных понятий Юнга, вероятно, является архетип. Архетипы – это наследуемые склонности отвечать миру определенными способами. Эти структуры включают: эго, персону, тень, аниму (у мужчин), анимус (у женщин) и самость [6]. Эго является центром сознания и одним из главных архетипов личности, обеспечивая чувство постоянства и направления в сознательной жизни. Персона – внешнее проявление того, что мы предъявляем миру. Это характер, который мы считаем приемлемым; через него мы взаимодействуем с другими. Личность включает в себя наши социальные роли, одежду, которую мы носим, и наши индивидуальные способы выражать себя. Термин «персона» пришел из латыни, означая «маска», или «фальшивое лицо». Тень – это архетипическая форма, состоящая из материала, подавленного сознанием; ее содержание включает тенденции, желания, воспоминания и опыты, которые отсекаются человеком как несовместимые с персоной и противоречащие социальным стандартам, идеалам. Юнг считал очевидным, что составная часть персоны – некая бессознательная структура, называемая анимой у мужчины и анимусом у женщин. Эта психическая структура служит средоточием всего психологического материала, который не согласовывается с тем, как именно человек осознает себя мужчиной или женщиной.

Самое интенсивное влияние испытывает персона (маска), так как для полноценного восприятия человек вынужден прикрываться маской, а не быть абстрактной информацией в Интернете.

Персона имеет и негативные, и позитивные аспекты. Негативное влияние на персону практически сводится к нулю, ибо собеседник представляет, с кем происходит общение, что укрепляет человеческое эго. Играя главную роль, наше эго стремится идентифицироваться с ней. Этот процесс – основной в личностном развитии. При активном использовании анонимного общения, человек примеряет на себя изо дня в день все большее количество масок. В результате одна из второстепенных ролей постепенно становится доминирующей, а доминирующая персона может подавить человека. Люди начинают верить, что они являются тем, чем претендуют быть.

В результате человек становится совершенно другой личностью. В большинстве случаев, речь идет о потребности в принятии роли виртуального компьютерного персонажа как компенсации дезадаптации в реальном мире. Аддикт стремится войти в роль компьютерного персонажа, обрести свое "виртуальное Я", так как "Я виртуальное" не испытывает проблем адаптации: оно сильное, умное, ловкое, ему доступно оружие, деньги, на которые можно купить все в виртуальном мире и т.д. Но человек понимает, что он живет в реальном мире, где он далеко не так силен и богат, в отличие от своего виртуального героя.

Таким образом, "Я виртуальное" и "Я реальное" являются противоположностями. Выход из виртуальной реальности – это возвращение из роли сверхчеловека в обычное состояние, которое куда меньше устраивает аддиктов.

Человек находится в процессе идентификации себя, в котором отражается действительность окружающего мира. В первую очередь процесс идентификации затрагивает личность человека, в частности, Интернет-зависимость негативно влияет на личность человека, прежде всего негативные изменения сказываются на персоне. В процессе дальнейшего использования Интернета, человек играет роль этой персоны. Данная роль постепенно становится доминирующей, в результате чего человек идентифицируется с доминирующей персоной. Человек начинает верить, что он сам является тем, чем претендует быть. Происходит кризис личности, сопровождаемый процессом идентификации. Таким образом, человек стремится идентифицироваться со своим виртуальным «Я».

#### *Библиографический список*

1. Гурин, С. Философия идентичности [Электронный ресурс] <http://www.topos.ru>
2. Кастельс, М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004.

3. Иванов, М.С. Аспекты негативного влияния игровой компьютерной зависимости на личность человека [Электронный ресурс] <http://www.medicinform.net>
4. Фокина, Н.И. Современная западная философия / Н.И. Фокина. – М.: Проспект, 2009.
5. Юнг, К.Г. Структура психики и архетипы / К.Г. Юнг. – М.: Академический проект, 2009.
6. Фрейджер, Р. Личность. Теории, упражнения, эксперименты / Р. Фрейджер, Д. Фейдимен. – СПб.: Прайм–ЕВРОЗНАК, 2008.

*О.В. Новиков, В.И. Казакова*

### **МОДЕРНИЗАЦИЯ И МЕГАЛОТИМИЯ: ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ**

Перспектива – понятие, в эпоху кризиса произносимое с оттенком грусти. В определении таковой стало главным принципиальное отсутствие ясности в постановке цели, чёткости в поиске средств, осмысленности в расстановке акцентов. Ценностные ориентиры могут быть сформулированы однозначно, но их воплощение в жизнь осложнено, как правило, по причине чрезмерно высоких требований. В подобных условиях можно сколько угодно прибегать к банальным рассуждениям о том, что завершение одного всякий раз оборачивается началом чего-то другого и противопоставлять современному упадку сил грёзы о грядущем возрождении. Этот жест исполнен лукавства, как рассуждения Козьмы Пруtkова о конце начала и начале конца, где за бравадой знаниями и игрой на парадоксах скрывается нерешительность и бессилие интеллектуала выступать от собственного имени.

Рубеж, перед которым сейчас поставлен человек, – отсутствие жизнеспособных альтернатив дальнейшего развития, когда всё, что ещё могло подлежать преодолению – преодолено, а оставшееся нерешённым напоминает здание, обветшавшее прежде, чем туда кто-либо успел заселиться. Первое из названных переживаний для нас выступает как чужеродный опыт западной культуры, ставший, тем не менее, частью нашей жизни.

Есть определённая закономерность в том, что при всей разнонаправленности ценностных ориентиров России и Запада симптомы кризиса укладываются в единую схему осмысления. И то, и другое оказалось как бы с разных сторон у одного и того же рубежа – «конца истории». Его восприятие – и в когнитивных практиках научного знания, и в сфере жизненной повседневности – есть неизбежно восприятие опыта иного, поскольку оно не могло созреть в прежних рамках советской идеологии. Вся терминология катастроф – «конец истории», «смерть человека», «забвение бытия» – пришла извне, причудливо осев на былые представления о «загнивающем» капитализме.

Собственный путь развития ещё недавно мыслился как лучезарное стремление к заданной цели – чёткой, ясной, прозрачной. Поставить завершающую точку на прямой всегда сложнее, нежели на извилистой траектории, исход наступает здесь внезапно и непредсказуемо. Построение коммунистического общества, задаваемое как цель, предполагало однонаправленное поступательное движение к совершенству, советское время выступало как время свершения и преодоления. В данном отношении крушение советской идеологии может быть рассмотрено не только как прощание со смыслом, но и как невозможность дальнейшего формирования новых общественных идеалов. Для нас это тоже предстаёт как своего рода «конец истории», где «последние люди» оказываются неспособными к созданию и удержанию смыслового фона своей жизни [1].

Этот исход принципиально отличен от итогов, которые подводит в настоящее время западная культура. Её кризис – опыт максимального воплощения, чрезмерности реализации – приводит к бездуховности общества потребления, псевдореальности матричного существования. В России можно, напротив, говорить о кризисе недо-свершившегося, нереализованного. Оно не то чтобы остановилось в своём развитии, оно было забыто и оставлено, как обветшавшая стройка. Современный пост-мир есть, на наш взгляд,

сосуществование этих двух типов исхода социального, которые причудливым образом переплетаются между собой на всех уровнях человеческого бытия.

Модернизация – одно из тех понятий, которые оказываются узловыми моментами в современных дискурсах «конца истории». Оно плохо адаптируется в русском языке – в той же мере, в какой мир техники вообще плохо соотносён с нашими духовными практиками. Как цивилизационный прорыв, обусловленный индустриальной революцией, модернизация обернулась распадом социокультурной целостности страны, как временной диссонанс, «осовременивание», она не стыкуется с нашей «душевной географией», необъятностью пространств [2].

В настоящее время, не будучи в состоянии изжить своё прошлое, мы пытаемся резко изменить собственное настоящее, в то же время это странным образом накладывается на желание стабильности, ставшее для всех слоёв населения единственной общей ценностью.

Подобно самой технике, функционирующей у нас как подсистема культуры, модернизация выступает так же, как духовная практика, задающая ценности, но не цели. В известной мере сама история модернизационных проектов в нашей стране может служить основанием для того же невероятного исторического пессимизма, который позволяет говорить о «конце истории».

Как и для автора данной концепции Фрэнсиса Фукуямы, данный драматический настрой может быть расценен как всего лишь «поза мысли» [3]. Данное им определение модернизации как «победы рационального над тимотическим» представляется нам адекватной схемой бинарных оппозиций, в которых может быть проанализирован феномен российского варианта этого явления, его итоги к настоящему моменту и перспективы развития в будущем. «Тимос» – как осознание собственной значимости – для «Москвы – Третьего Рима» означал восприятие себя как последнего рубежа, противостоящего Антихристу.

В русской ментальности, возможно, в силу особой «душевной географии» необъятных пространств, нет того противостояния природному началу, которой наделен опыт западного развития. Космическое мировосприятие оставляет естественную среду на стихийном уровне, не преодоленном рациональными устремлениями. Тимотическое и рациональное опосредованы не антитетическим, а антиномичным взаимодействием, воспринимаемым как неотъемлемая составляющая действительности. Подобный род противоречия – «ошибка ума, проистекающая из «нетерпения сердца» [4, с. 58]. При этом само тимотическое начало амбивалентно: «творчество русского духа так же двойится, как и русское историческое бытие» [5, с. 15]. Время свершения, наступающее всякий раз внезапно и непредсказуемо, сочетает глубину замыслов с отсутствием достоинства, высокие идеалы с заискивающим поиском бремени. Соответственно и «победа рационального над тимотическим», если вообще таковая имела место у нас в России, имеет иную природу и иные последствия.

Модернизация при всей полисемии понятия значима сейчас главным образом как социальный макропроцесс. Будучи весьма проблематичным в плане своей реализации, он функционирует в общественном сознании и как недостижимый идеал, и одновременно – как нечто, подлежащее преодолению. В этом проявляется описанная Н.А. Бердяевым амбивалентность русского духа, которая в данном случае стремится и рационально осмыслить свою позицию по отношению к модернизации, и обосновать низкую значимость нереализованного и нереализуемого. Своего рода «жертвой» данного разлада становится всякий раз интеллигенция как образованный слой общества, выделяемый не на основе классовой принадлежности, а на основе способности выражать общественную потребность в модернизации [6]. К этому можно добавить, что на данную социальную группу возлагается, помимо прочего, и обоснование препятствий данной модернизации в связи с перманентным переломным моментом, а также ответственность за очередную неудачу в данном направлении.

Современность как «упадок мегалотимии» [3] – образ, малоприменимый к анализу российской действительности. Тем не менее, примечательно, что концепция Фрэнсиса Фукуямы, которая, при всём безграничном уважении к американскому мыслителю, не отличается глубиной научного анализа и вряд ли может быть сочтена перспективной, оказалась в центре внимания многих социологических дискурсов двух последних десятилетий [7]. Его популярность постепенно уходит в прошлое, как и сам дискурс исхода человечества.

Незавершённость (нереализуемость?) проекта российской модернизации оставляет простор для воплощения ещё не исчерпанной мегалотимии, которая может быть предпосылкой подлинного обновления и развития.

#### ***Библиографический список***

1. Ростова, Н.Н. Мрак сознания, или Утерянный свет русской жизни // *Философия хозяйства*. 2009. №3. С. 279-282.
2. Бердяев, Н.А. Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века / Н.А. Бердяев. Русская идея. – М.: ЭКСМО, СПб.: Мидгард, 2005. – 832 с.
3. Фукуяма, Ф. Конец истории и последний человек / Ф. Фукуяма. – М.: Ермак, 2005.
4. Порус, В.Н. С.Л. Франк: антиномии духа как основания культуры // *Вопросы философии*. 2008. №1. С. 51-64.
5. Бердяев, Н.А. Судьба России / Н.А. Бердяев. – М.: ЭКСМО, 2007. – 640 с.
6. Келеман, Л.В. Интеллигентность: антропологический статус и манифестация в современном мире / Л.В. Келеман. – Ставрополь, 2006. – 386 с.
7. Цофнас, А.Ю. Печаль Фукуямы в пространстве аксиологических координат // *Вопросы философии*. 2005. №1. С. 106-118.

***Е.Д. Кучеренко***

#### **КЛАССИФИКАЦИЯ ТИПОВ МОЛЧАНИЯ В ДИАЛОГОВОЙ РЕЧИ**

Всякий акт речи вместе с передаваемым им смыслом всякий раз уникален и неповторим, однако лингвистические способы кодирования узуальных смыслов принципиально конечны [1]. Их выявление оказывается возможным и при описании речевого высказывания, сопровождаемого молчанием.

По мнению японского писателя К. Седзабуро, в западной речевой культуре не принято долгое время сохранять молчание, в то время как, например, с точки зрения японцев, глаза говорят в такой же степени, что и язык [2].

Таким образом, ситуации, в которых один из участников коммуникации молчит, расцениваются людьми, принадлежащими к западной культуре, как особенные. Поэтому исследование данного феномена представляет большой интерес не только для ученых, но и, к примеру, для бизнесменов, которым известно, насколько важно правильно понять, а зачастую и «раскусить» собеседника при проведении переговоров, деловых встреч, собеседований и пр.

В данной работе дается краткое описание классификации типов молчания, разработанной автором. Применение данной классификации может облегчить процесс интерпретации поведения собеседника, способствовать выявлению его мотивов и замыслов, а также улучшить взаимопонимание между участниками коммуникации. Отметим, что в данной работе автора интересуют только те случаи молчания, когда оно несет знаковую функцию определенного рода [3], т. е. служит передаче определенного смысла и является коммуникативно-релевантным.

Как известно, диалогическая форма общения людей предполагает поочередную смену коммуникантами ролей адресанта и адресата [4]. В связи с этим между произнесением реплик присутствует временной промежуток, во время которого тот участник коммуникации, которому предстоит произнести следующую реплику, обдумывает сказанное собеседником и одновременно решает, что он сам собирается сообщить [3]. Помимо этого, время ожидания используется также в качестве сигнала, посылаемого говорящим адресату. Этот знак означает, что человек высказал свои соображения и готов услышать ответ собеседника. В связи с этим, в отдельную группу выделен специфический тип молчания, которое выполняет ролемаркирующую функцию, однако не принадлежит к молчанию функционального типа: в данном исследовании он обозначен как ролемаркирующее молчание и принят за среднюю величину, так как любое увеличение его продолжительности сигнализирует о том, что данное проявление феномена может быть отнесено к функциональному типу.

Первый функциональный тип молчания назван молчанием *реципиента*, имеется в виду молчание со стороны адресата, которое следует за репликой отправителя сообщения, несущей определенного рода значимую для адресата информацию. То, что человек слышит от своего собеседника, может его шокировать, удивить, привести в недоумение и пр. В этом случае участнику коммуникации необходимо больше времени для того, чтобы обдумать свой ответ, а также преодолеть определенного рода сложности психологического характера, связанные с характером информации.

Рассматривая ситуации, в которых используется молчание первого выделенного функционального типа, Г. Г. Почепцов указывал на то, что в них проявляется «молчание внимания речи» [5]. В противоположность этому, молчание второго типа с функциональной точки зрения сходно с теми проявлениями данного феномена, которые характеризуются исследователем как «молчание говорящего» или «молчание вместо говорения» [3]. Речь идет о ситуации, когда тот коммуникант, которому предстоит произнести следующую реплику диалога, намеренно заменяет ее молчанием. Особенность данного типа молчания – *молчание адресанта* – состоит в том, что оно намеренно используется для того, чтобы вызвать определенную реакцию собеседника и является компонентом речевой стратегии коммуниканта.

Рассмотрим ситуацию, описанную в пьесе А. П. Чехова «Три сестры», в которой происходит диалог между двумя женщинами:

*ОЛЬГА: В эту ночь я постарела на десять лет.*

*НАТАША: Нам нужно уговориться, Оля. Раз навсегда... Ты в гимназии, я – дома, у тебя ученье, у меня – хозяйство. И если я говорю что насчет прислуги, то знаю, что говорю; я знаю, что го-во-рю... И чтоб завтра же не было здесь этой старой воровки, старой хрычовки... (стучит ногами) этой ведьмы!... Не смей меня раздражать! Не смей! (Спохватившись.) Право, если ты не переберешься вниз, то мы всегда будем ссориться. Это ужасно. [6]*

Наташа старается добиться определенной реакции собеседницы на ее слова, стремится к тому, чтобы Ольга каким-либо образом признала ее правоту. Наряду с другими средствами, применяемыми героиней для достижения своей коммуникативной цели, она достаточно искусно прибегает к использованию коммуникативной стратегии молчания. После произнесения слов, которые, по ее мнению, несут особую смысловую нагрузку в высказывании (*Раз навсегда...; я знаю, что го-во-рю...; этой старой воровки, старой хрычовки... (стучит ногами) этой ведьмы!... и пр.*), она делает выразительные паузы, которые должны оказать на Ольгу сильное психологическое воздействие. Вероятно, Наташа ожидает, что ее собеседница постарается каким-либо образом заполнить эти промежутки какими-либо жестами, кивками головы или другими движениями, указывающими на то, что Ольга признает свою неправоту и принимает точку зрения оппонента. Отметим, что коммуникативная стратегия, выбранная Наташей, не была успешной потому, что диалог женщин прервался появлением другого героя пьесы.

Проявление молчания четвертого типа обусловливается взаимоотношениями, сложившимися между участниками коммуникации. В процессе общения может возникнуть ситуация, когда необходимость вербального выражения отсутствует, поскольку собеседники понимают друг друга без слов. Примерами такого молчания могут служить те ситуации, когда двое влюбленных во время разговора неожиданно замолкают и пребывают некоторое время в молчании, не испытывая при этом никакого дискомфорта.

Стоит отметить, что в данном случае речь не идет только об установлении полного взаимопонимания между людьми. Ситуация может иметь принципиально обратный характер. Здесь имеются в виду те случаи, когда участники молчат, потому что отношения, установившиеся между ними, настолько непрочны, что они не испытывают желания общаться друг с другом или делают это с крайней неохотой. Данный тип молчания назван *релятивно-мотивированным*.

К пятой группе относятся те случаи проявления молчания, когда оно обусловлено экстралингвистическими факторами, в связи с чем данный тип молчания получил название *экстралингвистически мотивированного*. В данном случае речь идет, во-первых, о внутренних аспектах, таких как психологическое состояние коммуникантов, наличие у них каких-либо



проблем со здоровьем и т.д. и, во-вторых, о явлениях «внешнего» характера, к примеру, наличие отвлекающих факторов или событий, влияющих на ход протекания коммуникации.

Так, если во время диалога человек чувствует усталость, он может делать паузы в своей речи, которые обычно заполняются при помощи жестов, определенного рода действий, движений и т. д. К ним могут относиться ерзанье на стуле, почесывание головы, зевание и пр. Помимо этого, человек может испытывать так называемые «муки слова», т. е. попросту забывать некоторые слова. В другой ситуации диалог двух пассажиров маршрутного такси может на какое-то время прерваться молчанием, если водитель сделает резкий маневр или неожиданно затормозит.

Таким образом, можно утверждать, что использование приведенной классификации при изучении проявлений молчания в диалогической речи способствует адекватной интерпретации поведения, намерений и реакций собеседника, способствует улучшению взаимопонимания между коммуникантами и в целом служит средством усиления эффективности коммуникации.

#### ***Библиографический список***

1. Худяков, А. А. Семиозис простого предложения: монография / А. А. Худяков. – Архангельск: Поморский государственный технический университет, 2000. – 272 с.
2. Седзабуро, К. Люди зрения и люди голоса // Человек и мир в японской культуре. – М.: Наука, 1985. – С. 48-50.
3. Богданов, В. В. Предложение и текст в содержательном аспекте / В. В. Богданов – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2007. – 280 с.
4. Гурочкина, А. Г. Когнитивный и прагматический аспекты функционирования языковых единиц в дискурсе: учеб. пособие / А. Г. Гурочкина. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2005. – 102 с.
5. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М.: Ваклер, 2001. – 656 с. [Электронный ресурс] <http://yanko.lib.ru/books/betweenall/pochepcov-theory-of-com.htm>
6. Чехов, А. П. Полное собрание сочинений и писем в 30-ти томах / А. П. Чехов – М.: Наука, 1986. – 394 с.

***Н.В. Малахова***

### **АНТРОПОЛОГИЧЕСКАЯ АНАЛИТИКА ТЕЛЕСНОСТИ В ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Данная работа посвящена вопросам присутствия человека в мире, во всей его целостности, что подразумевает анализ телесности человека (его психофизической и социальной составляющей) в пространстве межличностного взаимодействия. Рассмотрены возможности антропологической аналитики как социальной практики, являющейся «живым знанием» и способствующей повышению качества бытия субъекта. Телесность понимается как: «социальное тело» (Ж. Делез), «социальная вещь» (Г.Г. Шпет), «социальный предмет» (А.Ф. Лосев).

Социальной коммуникация и проявления телесности могут быть представлены в различном виде. Социальная коммуникация – это контекстуальная единица, которая осуществляется на уровне восприятия. В то же время существуют внутренняя и внешняя стороны социальной коммуникации.

М. Мерло-Понти говорит о теле и о телесности с точки зрения феноменологии. Именно феноменальное, а не объективное тело мы движем, когда воспринимаем окружающий мир, устремляясь в своей интенции навстречу другому. Он определяет следующие концептуальные единицы: «мое тело для меня», «мое тело для другого». Можно предположить, что для другого «мое тело» объект, для меня мое тело – это тело феноменальное. Но в процессе отношений на какое-то время мы объединены в одном мире, мы находимся в феноменальном поле восприятия как с одной, так и с другой стороны, «что делает две эти системы совозможными» [1, с. 147].

Мы говорим о существовании в социальной коммуникации некоего феноменального поля, которое возникает между субъектами в процессе взаимодействия. Представленность человека в мире не является статичной. Это динамический процесс, который включает в себя то, что внутри, то что «вне» и то, что «между» (Э. Гуссерль).

А. Щюц обращает внимание на историчность культуры окружающего мира. Он отмечает то, что было создано людьми в разные эпохи. Это «инструменты, символы, языковые системы, произведения искусства, социальные институты, традиции и обычаи» [2].

Социальная коммуникация раскрывается более многогранно, когда Э. Левинас представляет временность сознания «не как факт изолированного и одинокого субъекта, а как отношение субъекта к Другому». Он считает, что сознание невозможно отделить от телесности, которой он придает значение субъекта человеческого действия. Для того, чтобы человек осуществлял первичную мыслительную деятельность, его сознание должно обрести устойчивость, а эта устойчивость опосредована вмешательством тела. Тело же оказывается наделенным функциями, тождественными сознательной деятельности. Оно «говорит или пишет» [3].

Эти события обладают объективным статусом встречи человека с собственным субъективным миром.

Особенностью этой встречи является своеобразная модель социальной практики, исследование которой невозможно проводить с помощью научных объяснений, а если более точно, и объяснений как логической формы вообще. Эта модель социальной практики требует для своего воплощения несколько регуляторов человеческого взаимодействия, таких как понимание и принятие.

Для осуществления этой модели необходимо наличие двух участников коммуникации. Н. Шварц-Салант описывает свою терапевтическую практику и указывает, что большинство феноменов, с которыми он встречается как психоаналитик, не имеют адекватного объяснительного аппарата, а следовательно, должны быть описаны и приняты как моменты расширенного понимания социальной практики.

Н. Шварц-Салант, говоря о психотерапевтической практике, вводит следующие понятия: «комплекс слияния», «суррогатная кожа». Это те патологические моменты внешней и внутренней представленности человека мире, которые контролируют его существование на различных уровнях бытия, лишают свободы самовыражения, спонтанности во взаимодействии с другими людьми.

Рассматривая комплекс слияния, Н. Шварц-Салант описывает «смертельную схватку» субъекта с самим собой, где недостаточно внутренних усилий, чтобы разрешить проблему. «Человеку нужны также внешние – «объектные отношения», в которых он будет чувствовать себя увиденным и желанным» [4, с. 162].

Антропологическая аналитика как социальная практика является живым знанием, объемность которого осуществляется через определенное «философское мышление в пентадной диалектике» [5, с. 95]. В данном подходе используется метамоделирование, где предполагается множественность различных вариантов осуществления жизни, т.е. «исследование способов функционирования человеческого мировосприятия, перцептивного поля, языка и жизненной логики человека» [5]. Важным моментом является принцип аксиомы, благодаря которому события жизни человека, облеченные в знаково-символическую форму, не требуют доказательств. Антропологическая аналитика является «терапией человеческими отношениями» [5], со-бытием (Ж.-Л. Нанси), в пространстве терапии. Такой подход расширяет границы познания, где возможна встреча с «непредвиденным» как с неизбежностью и жизненным фактом. Данный контекст способствует повышению качества жизни через принятие всей целокупности человеческого бытия, восстанавливая и интегрируя различный опыт субъекта, вносящий «искажения» в его существование.

События человеческой жизни символичны, символична и репрезентация его телесности в социальной коммуникации психотерапевтической практики.

Например, представление и изображение пациентом на рисунке спонтанно возникающего образа способствует тому, что переходя в символическую форму «образ становится «прозрачным», глубинный смысл «просвечивает» сквозь него, будучи дан как смысловая перспектива» [5, с. 98].

Пациентка, представляя мотив «Луг», говорит о стене, которая возникает на лугу из земли справа. Она описывает стену как очень плотную, бесконечную. Ее нельзя разрушить, она надвигается и давит. Пациентке становится трудно дышать, в ее образе справа уже нет кислорода. Луг начинает заливать морская вода, которая вредна для молодой травы. Слева на лугу появляется частокол, что лишает возможности пойти в этом направлении. За частоколом находится разрушенный дом.

Слезы, страх и боль сопровождают сначала образ, затем прорисовывание его и рассказ об этом психотерапевту. Всплывают картины сложного детства, когда от подобных событий и переживаний некуда было спрятаться. И только опыт иного, принимающего, доверяющего и доверительного и, тем самым исцеляющего, взаимодействия способен разрешить сложное противоречие этой уникальной жизни: стремление жить и невозможность, неумение этого делать.

Можно говорить о том, что путь к целостному присутствию человека в мире очень часто начинается именно с целостного присутствия в своём теле. И наоборот, дистанцирование от своего тела, отношение к нему как к чему-то чуждому – один из главных признаков психического нездоровья в разных его вариантах и признак незащищённости неуверенности человека в жизни, в своём существовании (Р.Д. Лэнг).

Выстраивание отношения двоих в пространстве особого рода социальной коммуникации посредством антропологической аналитики заключают в себе возможность быть подлинным, а значит жить во всей полноте своего существа, всецело присутствуя в ситуации, а, следовательно, и в своём теле.

#### ***Библиографический список***

1. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия (1945): [пер. с фр] / М. Мерло-Понти; под ред. И.С. Вдовиной, С.Л. Фокина. – СПб.: Ювента, Наука, 1999. – 603 с.
2. Schutz A. On Phenomenology and Social Relations [текст] / A. Schutz // The Univ. of Chicago Press, 1970.
3. Levinas E. Totality and Infinity: An Essay on Exteriority [текст] / Levinas E. // Translated by Alphonso Lingis. Pittsburgh: Duquesne University Press, 1969.
4. Шварц-Салант Натан Черная ночная рубашка. Комплекс слияния и непрожитая жизнью / Натан Шварц-Салант // – М.: Институт консультирования и системных решений, 2008. – 237 с.
5. Волкова, В.О. Антропологические константы духовно-практического дискурса // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского: серия «Социальные науки». – Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2009. № 1 (13). С. 92-99.

***С.В. Евтушенко, К.Г. Мальцев***

#### **ДУХОВНЫЕ ПРАКТИКИ ИНОГО: О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ФЕНОМЕНА ТЕРРОРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

*Ты живёшь той иллюзией, от которой я умираю.  
Ж. Батай.*

Взгляд на терроризм на протяжении последнего десятилетия стал иным. Мы стали задумываться не столько над тем, какие угрозы несёт с собой данный социальный феномен, сколько над тем, как наши действия по отношению к нему меняют нас самих. Наше общество – «общество войны с террором» [1], оппозиция которому – отнюдь не тот вид противостояния, который способствует восхождению и прогрессу. Постепенно приходит осознание того, что

главной проблемой является не столько сам терроризм, сколько те необратимые трансформации, которые в попытке его преодоления происходят на социальном и антропологическом уровнях человеческого бытия.

Определение своей позиции по отношению к терроризму – политической, правовой, культурной – становится частью поиска собственной идентичности, утрата которой является повсеместной проблемой человека. На метафизическом уровне осмысления, к которому так склонно мышление переходного периода, взаимодействие с терроризмом есть практика соотнесения с иным.

Исследования терроризма с некоторыми осторожными оговорками можно отнести к современной тематизации небытия. Ключевым диссонансом здесь выступает разрыв между глобальностью действия и локальностью мысли, укоренённый в тоталитарном стремлении распространить на иное собственные законы самоорганизации. Это стремление обоюдно, и то, что называют общественным сознанием, оказывается вовлечённым в некий «вид фундаментальной антиномии, которая не может быть снята в более высоком синтезе, поскольку между этими двумя уровнями нет никакого общего языка, никакого общего основания» [2, с. 12].

Нейтральные точки соприкосновения исключены, вместе с тем, перспективы оказываются столь тесно связанными, что изначальная невозможность конструктивного выхода звучит здесь как приговор, отрицающий всё, что когда-либо прежде имело смысл [3]. Взаимодействие с иным заключает в себе ту частицу подлинного зла, которая вместо общего конструктивного начала противостояния выявляет единое разрушительное начало. В рассматриваемом случае им является общая жертва: объектом маргинализации и для государственной идеологии, и для террористической практики становится простой человек – тот самый, что формирует подчас единственную грань, отделяющую общество от нищеты и распада [4].

Терроризм рассматривается через призму множества аспектов: его ассоциируют и с техникой, и с информацией, отождествляют с практикой религиозного духовного ордена и делают одним из акцентов повсеместной эстетизации социальной действительности. В качестве приоритетных исследовательских ракурсов любого общественного явления наибольшую актуальность, по мнению авторов, обретают два: онтологический и экзистенциальный. В рассматриваемом случае оба они могут быть сведены к практике взаимодействия с терроризмом как «избыточным насилием» по отношению к иному [1, 2]. Обозначение его как «врага» обрекает нас на вступление в его пространство, изменяющее, в свою очередь, порядок нашего [5]. Столкнувшись с террором поставлены перед неизбежностью «never be the same again». Это состояние может быть представлено как предельное обозначение формальной идентичности при полном устранении реальной [6]. Идеология террора склонна отрицать боль – последнее восприятие окружающего мира, которое ещё осталось человеку как доказательство его подлинности. Терроризм – одно из крайних проявлений гуманистического по сути сопротивления всеобщей унификации, его претензия быть иным не только ставит под сомнение человеческую сущность, но и обозначает в качестве непереносимого условия трансгрессию как путь наименьшего сопротивления. В противостоянии терроризму данный дисбаланс работает как конститутивный элемент, разрушающий своё собственное основание [7].

Таким образом, открывается внутренний предел, который отнюдь не побуждает диалектического стремления к внутреннему саморазвитию. Социально-онтологическим следствием этого становится необратимое упрощение общества – и невыносимая сложность знаний о нём. Применительно к анализу рассматриваемого явления она оборачивается иронией неопределённости целей и задач борьбы с терроризмом, при всей очевидности того, что причин для нападения не может быть много и суть агрессии всегда одна.

При переходе от социально-онтологического к экзистенциально-антропологическому мы наблюдаем несколько иной опыт противодействия террору, где главный акцент – нарушение целостности сознания, переполняющее определённую меру противостояния миру. На личностном уровне соответствующий кризис идентичности оказывается не столь отягощён, как

на коллективном. Общество, обреченное на дальнейшее упрощение, вынуждено примириться с терроризмом, чтобы пресечь собственные тоталитарные устремления [7].

Экзистенциальный опыт противодействия, в известном смысле, может быть признан более удачным, здесь больше шансов обозначить конструктивную онтическую оппозицию. Это может быть наглядно выявлено, в частности, на примере анализа одного из наиболее значимых, на взгляд авторов, негативных следствий рассматриваемого явления. В нашумевшей работе С. Жижека о противостоянии США и Ирака автором проводится прямая параллель между борьбой с терроризмом и современным противодействием «политическому поступку»: «всё выглядит так, как если бы высшим благом сегодня было то, что ничего на самом деле произойти не должно; именно поэтому единственная возможность представить себе поступок принимает вид катастрофического потрясения, травматического взрыва зла» [1, с. 99]. Следствием «борьбы» с терроризмом становится оправдание нерешительности, попытки противостояния иному оборачиваются утратой способности к взаимодействию с единым и родственным.

Решение вообще есть «выход вовне», установление смысла, ограничивающее набор возможных состояний [8]. Оно отвергает обусловленность прошлым и в то же время конструирует новое будущее, делаясь видимым посредством приписывания его самому себе. Информационные реалии, в рамках которых конструируется жизнь, способствуют взрывному росту необходимости в решениях, их дефицит представляет собой одну из наиболее серьёзных проблем современности. Избыточное насилие, проявляемое по отношению к терроризму, оставляет меньше возможностей для принятий решений, делая всё более ощутимой утрату смысла.

Формирующееся в настоящее время «общество риска» становится таковым не в последнюю очередь под воздействием деструктивных процессов, связанных с феноменом терроризма. Жизненно важная проблема воссоздания нарушаемой им онтологической стабильности и духовной целостности решается на личностном уровне более конструктивно. Одиночка, противостоящий терроризму, имеет шанс стать героем, общество, провозглашающее подобную борьбу, обретает сомнительный выбор между разложением демократии и тоталитаристскими ориентирами. Человек, как это ни грустно сознавать, всё более замкнут в своём локальном мире, ему легче преодолевать проблемы и принимать решения одному.

#### *Библиографический список*

1. Жижек, С. Ирак: история про чайник / С. Жижек. – М.: Праксис, 2004. – 224 с.
2. Жижек, С. Устройство разрыва: паралаксное видение / С. Жижек. – М.: изд-во «Европа», 2008. – 516 с.
3. Бодрийяр, Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального / Ж. Бодрийяр. – Екатеринбург, 2000.
4. Иншаков О.В. Простой человек в социальном пространстве современной России / О.В. Иншаков, Д.П. Фролов // Личность. Культура. Общество. 2006. Т. VIII. Вып. 2 (30). С. 95-106.
5. Шмитт, К. Теория партизана. Промежуточное замечание к понятию политического / К. Шмитт. – М.: Праксис, 2007. – 301 с.
6. Хёсле, В. Кризис индивидуальной и коллективной идентичности // Апокалипсис смысла: сб. работ западных философов XX-XXI веков. – М.: Алгоритм, 2007. С. 16-45.
7. Жижек, С. Возвышенный объект идеологии / С. Жижек. – М.: Художественный журнал, 1999. – 236 с.
8. Луман, Н. Решения в информационном обществе [Электронный ресурс] / Н. Луман. – [http://www.soc.pu.ru/publications/pts/luman\\_i.html](http://www.soc.pu.ru/publications/pts/luman_i.html).

*Т.В. Маркова*

#### **К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНОМ ИДЕАЛЕ ПОСТЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА**

Вопрос о возможности общественного идеала в современной России предрасполагает к демагогии. Ответ заранее известен – пост-мир делает его однозначно отрицательным. Само словосочетание употребляется нечасто, и в области научных исследований также не привлекает внимания. Примитивизм классификации форм общественного сознания ещё тяготеет над данной сферой, в связи с чем упования на явление миру Платона от социально-гуманитарного знания вряд ли осуществимы. В контексте системной социологии знания «невозможность» общественного идеала легко укладывается в лумановскую концепцию «невероятности» коммуникации. Общественный идеал невозможен – поскольку мы не находим смысловой опоры в бесконечно фальсифицируемом прошлом, наша коллективная память не интегрирована в единое целое.

Таким образом, девальвируется главный ценностный ориентир духовного – его неизменность, постоянство, дающее нам опору, всё то, к чему так тянется душа, уставшая от гонки за инновациями. Помимо этого, автономия и разобщённость социальных групп препятствуют адекватной стратегии понимания общественного идеала.

Выбор концептуальных ориентиров того или иного социально-философского или социологического исследования в современной России подчинён в качестве последнего основания проблематике выхода из кризиса. Пролонгированность последнего предоставляет во многом уникальные возможности соотнесения социальных трансформаций и когнитивных практик. Знание и общество, как *sui generis*, вообще не имеют жёсткой каузальной связи, тем не менее, нельзя отрицать их взаимной обусловленности.

Существуют определённые типы мышления и духовные практики, которые не могут быть адекватно восприняты без апелляции к их социальным корням, современный кризис является как раз той социальной ситуацией, когда «люди обращаются от непосредственного изучения вещей к рассмотрению мышления, ... когда перед лицом множества противоположных определений исчезает возможность прямой и длительной разработки понятий о вещах и ситуациях» [1, с. 11].

В переходный период на сферу знаний возлагается надежда на преодоление той тяжести, которая возникает от необходимости сосуществования в разнородных и контрастных по содержанию формах общества и социального бытия. Транзиция сама по себе есть ментальное состояние, и выход из социального кризиса есть обретение заново смысла.

Задание определённых ценностно-целевых ориентиров в постсоветский период стало одной из первоочередных задач социальных стратегий, поскольку организация общественной жизни, столь востребованное сейчас упорядочение отношений личности и общества опирается на сферу духовного. Поиск «общественного идеала» как вечной и непреходящей ценности, связанной с универсальными принципами социальной организации, представляется здесь вполне закономерным, вместе с тем, данный путь мысли в современных российских условиях весьма проблематичен. Его тематизация в настоящее время значительно осложнена, не ставя перед собой широкомасштабной задачи корректировки данного дискурса, остаётся лишь анализировать основные тенденции проблематизации «общественного идеала» в современных исследованиях.

Подобный ракурс рассмотрения сам по себе может привести к некоторым положительным результатам, в силу того, что претерпеваемые социальным знанием трансформации отражают те кардинальные сдвиги во взаимоотношении личности и общества, которые составляют основу «постэкономической» реальности [2]. Выйдя за рамки непосредственных материальных интересов, мы не оставили себе иного пути.

#### ***Библиографический список***

1. Луман, Н. Невероятность коммуникации [Электронный ресурс].
2. Жижек, С. Кукла и карлик: христианство между ересью и бунтом / С. Жижек – М.: издательство «Европа», 2009. – 336 с.
3. Манхейм, К. Идеология и утопия / К. Манхейм. Диагноз нашего времени. – М.: Юрист, 1994. – 700 с.

4. Иноземцев, В.Л. Расколота цивилизация. Наличествующие предпосылки и возможные последствия постэкономической революции / В.Л. Иноземцев. – М.: «Academia» – Наука, 1999. – 724 с.

*Ю.А. Михайлова*

### **ВЕЖЛИВОСТЬ СКВОЗЬ ПРИЗМУ КОМПЛИМЕНТАРНОГО ПОВЕДЕНИЯ: К ВОПРОСУ О ПРАГМАТИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Традиционное обучение иностранным языкам актуализирует проблему грамматической компетенции (теоретические знания грамматики, фонетики, лексических значений слов), акцентируя на ней внимание, что детерминируется потребностями межкультурных коммуникаций современного мира. Но не менее важной, пожалуй, в определенных ситуациях более значимой для реального общения с носителями языка, становится прагматическая компетенция (умение выводить, истолковывать смыслы из языкового контекста, понимать намерения собеседника, адекватно выражать свои желания /мысли посредством другого языка).

Однако из-за нехватки времени, средств, учебных материалов и опыта преподавания этого аспекта – исследование прагматической компетенции остается далеко за кадром. Негласно считается, что если человек владеет богатым словарным запасом, т.е. правильно произносит слова, умея объединять их в синтаксически стройные предложения, то этого вполне достаточно для коммуникации. Не элиминируя значимости грамматической компетенции (без неё общение возможно разве что посредством жестов), отметим важность прагматической компетенции в межкультурной коммуникации. Это и есть цель данной статьи. Иностранный язык – это не только другие структуры предложений, труднопроизносимые слова, но это совершенно иная гамма контекстов, под которую бывает необыкновенно сложно подстроиться, научившись общаться в тональности, созвучной собеседнику.

Для иллюстрации прагматической нестыковки приведу классический пример из словаря Лонгмана [1]. «James, would you like to read this passage?» – буквальном переводе вопрос звучит как «Джеймс, хотел бы ты прочитать этот параграф?». Русский мальчик Вася, не будучи Джеймсом, вполне мог бы ответить, «Нет, не хотел бы». Согласитесь, в русском языке подобный вопрос не является общепринятой формой постановки задания перед студентом, и если мы что-то от человека хотим, мы обычно говорим об этом прямо, а не через «хотел бы». У меня до сих пор вызывает улыбку, когда я слышу что-то вроде: «You might want to submit your schedule for next month today» («Возможно, ты хочешь сдать своё расписание на следующий месяц сегодня»), подразумевая, что я должна сделать это сегодня, иначе на завтра у меня будут неприятности. Однако далеко не все случаи так просты и могут быть поняты человеком со второго или третьего раза без специального объяснения.

Японский комплимент – один из сложных случаев, на самостоятельное истолкование которого нередко уходят годы, и при этом оказываются вовлечёнными эмоции самого разного плана: обычно от глубоко позитивных до остро негативных.

Приезжающий в Японию иностранец при первых же контактах с японцами, независимо от своего знания японского языка, наверняка услышит: «Nihongo-ga (o)-jyozu desu-ne..» («*Вы так умелы в японском!*») Эта фраза будет преследовать везде. В магазине, когда вы с трудом пытаетесь объяснить что-то на ломаном «англо»-японском, продавец положит вам в коробочку не то пирожное, что вы просили (разумеется, из-за того, что элементарно не поймёт, что вы сказали и на каком языке), но с вежливой улыбкой добавит «Nihongo-ga (o)-jyozu desu-ne..» На улице, когда вы заблудились и спрашиваете у незнакомого японца дорогу, говоря вам: «Nihongo-ga (o)-jyozu desu-ne..» – японец, скорее всего, любезно проводит вас до места назначения, потому что будет далеко не уверен в том, сумеете ли вы понять его объяснения.

Неудивительно, если пожилая японка, которую вы периодически встречаете утром при пробежке в парке, однажды в ответ на ваше «Ohaiyo-gozaimasu!» («Доброе утро!») бодро скажет: «Аа, Nihongo-ga jyozu, jyozu!» От незнакомого профессора, который подойдёт к вам на

формальной вечеринке с бокалом вина, вы тоже можете однажды услышать: «Maria-san-wa Nihongo-ga o-joyzu desu-ne», – услышать и очень обрадоваться. Вы, скорее всего, подумаете, что ваш сенсей поговорил со всеми сенсеями на факультете о вас и рассказал им, как вы хорошо владеете японским! Скорее всего, это был бы случай в России. Однако в Японии – нет. Гораздо более вероятно то, что незнакомый сенсей просто подошёл к вам поздороваться; когда он вам сказал «Nihongo-ga (o)-joyzu desu-ne..», он просто вас поприветствовал как «господина-иностранца». Именно поприветствовал, а не похвалил!

У всех разный путь к пониманию того, что японцы редко говорят действительно то, что думают. Однако у многих это путь от радости к возмущению, даже негодованию. Через два-три года проживания в Японии вполне можно услышать от японцев, которых вы ранее встречали, подобные фразы: «Как хорошо вы научились говорить по-японски (а раньше-то совсем не могли ведь)!» Хотя раньше тот же самый японец, улыбаясь, убеждал вас в том, что у вас отличный японский. Вы старательно отнекивались, так как где-то слышали, что в Японии нельзя принимать комплимент, ибо это противоречит их аксиоме о скромности. Принимать комплимент и правда в Японии не стоит, но не затем, чтобы показать свою скромность, а потому, что вряд ли вам хочется выглядеть полным идиотом, не понимающим, что ему «вешают лапшу на уши».

Даже американцы и англичане, у которых тоже, в общем-то, принято говорить комплименты как часть приветствия, зачастую теряются от японского размаха очевидной и невероятной лести. Конечно, лесть касается не только вашего японского. Лесть может быть по поводу вашей работы, доклада. В лицо вам скажут, что всё было замечательно, необычайно интересно. Но если в вашей компании есть система фидбэка по электронной почте или в классе практикуются анонимные записочки с комментариями, то в записочках и мейлах вы найдёте много занимательного, начиная с того, как скучно было вас слушать, заканчивая тем, что вы вообще-то непрофессионал в своём деле. Записочки можно сохранить себе на память, а вот про мейлы расскажет ваш менеджер, бережно занеся их в память компьютера. Вот что говорят сами японцы про комплименты:

*«Ну, конечно, похвала бывает и настоящей, правда, в случае с Японией, в большинстве ведь это лесть. Мы говорим: «'Ой как ты хорошо это делаешь», хоть так и не думаем (смех). Ну, или “Ой как ты молодо выглядишь”»*

*«В основном всё лесть.. И то, что я говорю, и то, что мне говорят. Может, человек и правда замечательный, но я ж об этом не знаю. Но всё равно похвалю его, из вежливости»*

Вот что об этом нередко думает европеец: *«Я не понимаю, зачем они это говорят. Неужели им наплевать на то, как человек себя чувствует после таких вот комплиментов?»*

В ходе исследования были проведены интервью с японцами и европейцами, имеющими опыт проживания за рубежом или опыт общения с иностранцами. Интервью анализировались методом качественного исследования, известным как «grounded theory»[2]. Анализ всех проведённых интервью показал, что каждый респондент, так или иначе, затрагивал вопрос об искренности/ неискренности, отвечая на вопросы о том:

- а) что есть для них вежливость;
- б) как вежливость связана с комплиментом;
- в) с какими трудностями приходится сталкиваться при общении с иностранцами.

«Фактор искренности» стал одним из центральных концептов в теоретическом построении этой противоречивой связи. С одной стороны, вежливость – это нормированное поведение и следование правилам (в некоторых культурах принято говорить комплименты из вежливости, а в некоторых нет). С другой стороны, настоящая вежливость в понимании многих людей, независимо от культуры национальности, подразумевает идущее от сердца уважение к собеседнику, заботу о нём и сопереживание. В этом смысле дежурный комплимент как раз не может быть приравнен к вежливому комплименту.

#### **Библиографический список**

1. Longman Dictionary of English Language and Culture. 1992).



2. Strauss, A. & J. Corbin *Basics of Qualitative Research*. SAGE Publications London, New Delhi. 1998.

*Т.А. Пелевина, Т.Л. Михайлова*

## **ФОТОГРАФИЯ КАК МЕТОД ВИЗУАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ ПРОНИКНОВЕНИЯ В ЧЕЛОВЕЧЕСКУЮ СУБЪЕКТИВНОСТЬ**

Проникновение виртуальной визуальности в современный мир, связанное с развитием цифровых технологий, инициирует интерес к визуальной социологии, ее методам. Уровень обработки фотоснимков не приближает к реальности, а создаёт виртуальный мир. Возрастает роль образов, не отражающих, а создающих миры. Существенную роль в конструировании этих миров играет визуальность как более захватывающая: изображения, приглашая в виртуальный мир, обладают чертами коммуникативности. Зафиксировать и описать смыслы – задача исследователя.

Целью настоящего исследования явилось изучение общественного сознания, настроений, переживаний молодежи через использование фотографии как нестандартного социологического метода. На выбор темы повлияли:

- а) профессиональные интересы (увлечение фотографией);
- б) изучение курса философии (особенно тема «Современные конфигурации философии»);
- в) итоговая потоковая конференция по курсу философии (декабрь 2009);
- г) знакомство с социологией, применение на практике её визуальных методов;
- д) посещение лекций О. Аронсона (декабрь 2009 г.) Теоретической основой стали тексты следующих авторов: П. Штомпка, У. Эко, Е. Петровская, О. Аронсон, Р. Барт.

Идея данного проекта была реализована через организацию фотовыставки. Ее этапы:

- 1) апробация фото – выставили безымянные работы в Internet, дали каждой фотографии номер;
- 2) интерпретация работ посетителями сайта, в результате – получение названий фото, комментарии;
- 3) размещение экспозиции в институте, посетителям предложено дать имена фотографиям и рубрикам;
- 4) обработка данных через извлечение смыслов.

Интерес представляли смыслы, которые порождает фото, интерпретации не только конкретной фотографии, но и их парадигматический срез (ы): образы, которые возникают при просмотре рядом расположенных работ, размещенных авторами выставки в одном пространстве экспозиции. В этом случае контекст способствует возникновению новых, порой совершенно неожиданных, смыслов. Смыслы возникают в контексте, зритель интерпретирует экспозицию в целом; эта целостность инициирует новое прочтение рубрик экспозиции: при переходе от отдельной фотографии к рубрикам, затем – целостное восприятие выставки, опять отдельное фото. Так на границах, на стыках, «швах» рождаются новые смыслы. Действительно, граница – территория новых смыслов.

Семиотическая интерпретация (выявление формальных значений, расшифровка визуальных образов), в которой авторов интересовало получение коннотационных отзвучий (терминология Р. Барта). Для визуальной социологии наиболее существенны ассоциации, связанные с правилами культуры, принятой в данной группе. Семиотика ярко проявилась в использовании гипертекстовых строк студентами при характеристике отдельных фотографий, что обнаруживает большое влияние массовой культуры на сознание современного человека. Статистика также показала, что опрашиваемые люди активно использовали Интернет-сленг, даже когда опрос проводился на конференции.

Структурный анализ выявил содержание значений, полученных в результате семиотической интерпретации. Увидев картинку, мы создаём её образ, интерпретируя её, получаем свои выводы. Чем неоднозначнее материал, тем больше расширяется горизонт

интерпретаций. Чтобы получить большую интерсубъективность, авторы тестировали её на большой группе получателей.

Интересы исследователей также были направлены на дискурсивную интерпретацию снимков, т.е. интерпретацию образов целевой аудиторией, результат которой – мнения студентов. В этом случае фотография похожа на текстовое послание. «Тому, кто получает сообщение, остаётся частица свободы – свобода прочитать его по-другому» (У. Эко). Фотоснимок полисемантичен, он несёт множество значений, за аудиторией – выбор основного значения (что-то попадает на главный план, а какие-то детали утрачивают основное значение). Вот данные, полученные после сбора комментариев о фото, выложенных на сайте. Большое количество отзывов содержало понятие «мечта». Мечта и молодость – нормально, но оно употребляется в негативном контексте: «мечты рушатся, истончаются, прогорают». Далеко не оптимистичный вывод: мы имеем дело с обществом, где мечта – непозволительная роскошь. «Жизнь – смерть», «свобода – неволя», «правда – иллюзия/ложь», «прошлое – будущее», «прекрасное – безобразное» – это, пожалуй, оппозиции-лидеры по частоте употребления среди студенческих названий. Любовь и связанные с ней понятия практически отсутствуют.

Проанализировав комментарии, авторы реконструировали образ современника. Он живёт в цифровой реальности, виртуальном мире игры, он разрушает реальный мир, забывает о прошлом, видит в будущем не жизнь, а выживание. Человек не свободен: он заключён в бетонную коробку цивилизации, которую сам создал. Он сковывает свои мысли, облачаясь во внутренний кокон, верит предлагаемым ему иллюзиям, хотя и понимает, что они лживы. Человек боится открыть глаза, посмотреть правде в лицо, потому что она сопрягается с понятием «одиночество». О правде говорят в вопросительной форме, что свидетельствует о страхе остаться непонятым: один против всех. Часто встречаются гипертекстуальные строки, что характерно для массовой культуры.

Герменевтическая сторона анализа проявилась в выборе рубрик и размещении фотографий по этим рубрикам. Подбирая работы фотоэкспозиции, решено было сыграть на контрасте. Каким является наше общество? Мы разрушили старое, но даже построив новое, мы несчастливы. Только обратившись к истокам, вспомнив, что мы созданы природой, являясь её частью, мы обретаем гармонию. Красота заключена в естественности. Фотография – особый мир, так как она изначально наделена фотографом определённым смыслом. Но только в диалоге потребителя и создателя рождается её истинный смысл. Таков образовательный аспект данной фотовыставки: философия выступает как инструмент «распаковки» смыслов. Событие интерпретации – это событие причастности к бытию. Фотография подразумевает какое-то событие, несмотря на то, что «цифра» и различные программы по обработке изображения делают возможным изменение элементов фото, придавая ей виртуальность, мы можем сказать по изображению, что в определённом месте и определённый момент времени этот снимок отражал действительность.

Проведя данное исследование, авторы пришли к выводу: фотовыставка как событие выявила коммуникативный потенциал. Артикуляция общих, не всегда совпадающих смыслов, привела к обсуждению проблем современного мира, выявлению отношения студентов к этим проблемам. Впоследствии экспозиция получила имя: «Естественное – искусственное: КТО – КОГО?» Фотография – элемент реальности в тройном смысле: она создана человеком, отражает общественную жизнь, является предметом общественного восприятия. Каждый из этих аспектов скрыт из поля зрения. Визуальная социология раскрывает зашифрованные смыслы путём интерпретации. Фотография объективно подходит к событиям, используя методы социологического познания, тем самым визуализация расширяет окно в социальный мир, позволяет глубже проникнуть в него, увидеть его с другого ракурса.

#### *Библиографический список*

1. Штомпка, П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / П. Штомпка. – М.: Логос, 2007. – 168 с.

2. Аронсон, О. По ту сторону воображения. Современная философия и современное искусство. Лекции / О. Аронсон, Е. Петровская. – Н.Новгород, 2009. – 230 с.
3. Барт, Р. Camera lucida / Р. Барт. – М.: Ad Marginem, 1997.
4. Савчук, В. Философия фотографии / В. Савчук. – СПбГУ, 2005

*О.С. Петрова*

## **САМОПОЗНАНИЕ «Я» КАК ТОЧКА ПРЕОДОЛЕНИЯ БИНАРНОСТИ «ИННОВАЦИОННОЕ – ТРАДИЦИОННОЕ» В НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

Научная студенческая конференция – феноменальная единица в системе современного образования. Являясь «воспроизводственным функционером» традиционной формы, она подразумевает латентное инновационное содержание. Её бинарная сущность раскрывает противопоставление традиции и инновации, культуры и природы, блага и ценности, реального и идеального, проблемы и тайны, объекта и субъекта.

Если традиционно современное образование обусловлено внешними (государственными) задачами, то постоянное воссоздание Единого по всем точкам системы – основополагающий фактор. Тем самым, интенция конференции стремится не к пониманию, а к познанию, реализованному путём повторения транслируемых знаний, соответственно, основываясь на принципе классической рациональности.

С точки зрения внутренних задач системы образования, в акцентуации которых загадано развитие личности, конференция есть коммуникативная рациональность, единственной истиной которой является взаимопонимание. Такое инновационное содержание кажется невозможным в контексте преодоления бинарных противоречий.

Исходя из того, что «традиционное» конференции есть лишь стандартизированная унаследованная и узаконенная форма, созданная человеком в ходе его деятельности и подобная Культуре; а «инновационное» – её Природа, существующая априори и «свободно произрастающая из земли», то именно возможность, укоренённая в сознании, ведёт к преодолению противоречий. Конференция как Культура является источником Блага – того общепризнанного, что обращено к разуму из вне, вовнутрь. Конференция как Природа порождает неделимо-личностные высшие смыслы – Ценности. При попытках разделения Ценности с кем-либо, она остаётся принципиально Субъективной; тогда как при любой степени индивидуализируемой интериоризации Блага, оно остаётся относительно Объективным.

Смыслообразующее отношение сознания к предмету конференции позволяет различать объективное и субъективное, как Проблему и Тайну. Проблема относится к находящемуся целиком во вне, что можно объективно рассматривать со стороны как зритель. Тайна, по сути, не может быть вне меня, она предполагает внутреннее участие, вовлечённость – личностную, драматическую, трагическую. Проблема – это форма существующей действительности, признак Реального мира; тогда как Тайна, подразумевающая высшую степень Ценного – идею, в силу этого она соотносима с миром Идеального.

Вещь в своей телесности (конференция как некая данность, форма) есть результат облечения сущности акциденциями (случайными свойствами), являясь суммой умопостигаемых качеств. Вещь как эйдос конференции есть результат облечения Традиции, Культуры, Блага, Объекта, Проблемы, Реальности акциденциями: Инновации, Природы, Ценности, Субъекта, Тайны, Идеального. Тогда есть некая точка, преодолевающая их противоположность, противоположность Духа и Тела. Иными словами, есть некая таинственная реальность, являющаяся действием и одновременно продуктом этого действия, совпадение субъекта и объекта в материи конференции, точка, в которой встречаются миры.

Если пограничные ситуации конференции изменить нельзя, так как они окончательны, то самостановление – возможно. Тем самым, трансформируя в результате акта самосознания своё миропонимание и самопонимание, «Я» становится этой точкой. Оно создаёт себя и помогает

Другому творить свою свободу, включаясь в Ты-отношения, основанные на принятии Другого как Иного, ориентированные на понимание и взаимопонимание.

В результате трансформации миро- и самопонимания преодоление бинарных противоречий конференции становится возможным, как и развитие личности в «функциональнообусловленной» системе образования.

Сотворив и преобразовав внутри внешний мир, «Я» обнаруживает в себе Бога, постижимого Другого через наслаждение от пребывания в истине взаимопонимания. «Я» есть поистине – точка преодоления противоречий; «Я» – Бог спокойного творчества.

#### **Библиографический список**

1. Бохенский, Ю.М. Современная европейская философия. Габриэль Марсель [Электронный ресурс] [http://society.polbu.ru/bohensky\\_moderneurophilo/ch23\\_i.html/](http://society.polbu.ru/bohensky_moderneurophilo/ch23_i.html/)
2. Гайдено, П.П., История новоевропейской философии в ее связи с наукой. Субъективный идеализм Фихте. Деятельность Я как начало всего сущего [Электронный ресурс] [http://society.polbu.ru/gajdenko\\_histphilosophy/ch62\\_i.html/](http://society.polbu.ru/gajdenko_histphilosophy/ch62_i.html/)
3. Гайдено П.П., История новоевропейской философии в ее связи с наукой. Явление и вещь в себе [Электронный ресурс] [http://society.polbu.ru/gajdenko\\_histphilosophy/ch53\\_i.html/](http://society.polbu.ru/gajdenko_histphilosophy/ch53_i.html/)
4. Гуссерль, Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии [Электронный ресурс] <http://www.bez-sten.com/index.php?id=119/>
5. Марсель, Г. Быть и иметь, перевод И.Н.Полонской [Электронный ресурс] [http://www.agnuz.info/tl\\_files/library/books/draft/index.htm/](http://www.agnuz.info/tl_files/library/books/draft/index.htm/)
6. Михайлова, Т.Л. Бинарные оппозиции системного конструкта / Т.Л. Михайлова. – Н. Новгород, 2008. – 25 с.
7. Огурцов, А.П. Образы образования. Западная философия образования. XX век / А.П. Огурцов, В.В. Платонов. – М.: РХГИ, 2004.

**В.М. Поляков**

### **УЧЕНЫЕ СТЕПЕНИ И ЗВАНИЯ В БОЛОНСКОМ ПРОЦЕССЕ**

Присуждение ученых степеней и присвоение ученых званий представляет собой способ официального подтверждения квалификации специалистов в научных учреждениях и высших учебных заведениях. Практика присуждения ученых степеней имеет давнюю историю. Она существует со времени создания первых европейских университетов (начало XII века). Так, в XII веке ученая степень «доктор права» впервые была присуждена в Болонском университете, «доктор медицины» - в Салернском университете (Италия); ученая степень «доктор богословия» была введена в XIII веке в Парижском университете. Первоначально «доктор» (от лат. *doctus* учёный) и «магистр» (лат. *magister* учитель) взаимозаменяли друг друга. Степени доктора предшествовала степень «лиценциат» (от лат. *licenciatus* имеющий право), а степени магистра – степень «бакалавр» (позднелат. *vaccalaureus* увенчанный лаврами). Такова история этих понятий, отражающих статусные позиции.

Иерархическая система ученых степеней «магистр» - «доктор» сложилась в XV–XVIII веках. С распространением университетов она была введена в большинстве стран Европы и закреплена университетскими уставами. В XVI–XVII веках в университетах Италии и Германии сложилась практика научного руководства диссертантами. Научным руководителем (итал. *padrone*, нем. *Doktorvater*) был доктор, который определял тему диссертационного исследования, оценивал его научные достоинства и провозглашал диссертанта доктором. В XVII появились первые печатные диссертации.

В России защита диссертаций была введена в 1755 году в Московском императорском университете сразу после его основания. Дореволюционная система российского образования предполагала существование учёных степеней: «действительный студент», «кандидат», «магистр», «доктор». Эта система включала учёные звания: «адъюнкт», «приват-доцент»,

«доцент», «адъюнкт-профессор», «экстраординарный профессор», «ординарный профессор», «заслуженный профессор». Эта иерархия ученых степеней и званий была отменена в 1918 году. В январе 1934 года была введена ученая степень "кандидат наук", в марте 1937 года - "доктор наук", установлены кандидатские экзамены и определен порядок защиты диссертаций. В 1934 году была учреждена общесоюзная Высшая аттестационная комиссия (ВАК).

В настоящее время в Российской Федерации присуждаются учёные степени кандидата и доктора наук и присваиваются учёные звания доцента и профессора (по кафедре, специальности). Номенклатура докторов наук включает в себя 23 наименования (по алфавиту: от доктора архитектуры до доктора юридических наук) и полностью совпадает с номенклатурой кандидатов наук. Следует подчеркнуть, что «бакалавр» и «магистр» в современной российской системе высшего образования представляют собой квалификации, а не степени, как это трактуется в болонских документах.

В рамках Болонского процесса, первый период которого только что завершился (1999–2009 гг.), проводятся мероприятия по гармонизации номенклатуры ученых степеней и званий. С целью установления единых требований для трех основных степеней в каждой из отраслей знаний были введены следующие: *бакалавр (лиценциата), магистр, доктор философии* (помимо степени доктора философии существуют и ограниченный ряд других докторских степеней того же ранга: врачам присуждается степень доктор медицины, юристам - доктор права, богословам - доктор богословия). Вызывающее некоторое недоумение словосочетание «доктор философии» применительно, например, к физике или технике объясняется тем, что под философией здесь подразумеваются науки вообще, а не собственно философия, то есть это название следует понимать как «доктор наук».

В российской системе высшего образования аналогом этой ученой степени фактически является ученая степень «кандидат наук». Первоначально в Болонской декларации и других документах Болонского процесса упоминались только два уровня высшего образования (или две академических степени): «бакалавр» и «магистр» (англоязычный термин «master» в контексте Болонского процесса следует переводить на русский язык словом «магистр»; а не «мастер», как это имеет место в некоторых российских научных публикациях). Третий уровень – «доктор» – не упоминался в Болонской Декларации. В 2003 году на Берлинской конференции министров, отвечающих за высшее образование в европейских странах, а затем на конференции Европейской ассоциации университетов в Граце было принято решение включить степень доктора в триаду основных академических степеней [1].

Системы ученых степеней и званий в разных странах, в том числе и странах-участницах Болонского процесса, являются очень разнообразными. В некоторых странах, например во Франции и Испании, степень бакалавра присуждается выпускникам средних школ; во Франции, Польше, Швеции, Дании, Норвегии и большинстве латиноамериканских стран степень «магистр» присуждается по окончании университета и не требует представления специальной диссертации. В Финляндии, Греции, Испании, Португалии, Мексике и Эквадоре – степени магистра соответствует степень лицензиата.

С точки зрения наличия систем ученых степеней третьего (докторского) уровня, страны можно условно разделить на следующие группы:

- 1) страны, в которых к началу Болонского процесса уже существовала одноуровневая система ученых степеней (США, Канада, Австрия, Италия, Великобритания);
- 2) страны, в которых двухуровневая система ученых степеней сохранилась до настоящего времени (Россия, Франция, Финляндия, Монголия);
- 3) страны, в ходе Болонского процесса перешедшие с двухуровневой системы на одноуровневую, например, Германия, где высшая докторская степень (Doktor der Habilitation) отменена с 1 января 2010 года [2].

В настоящее время в России проходят активные дискуссии относительно перехода на одноуровневую систему научных степеней, которая предлагается в Болонском соглашении и последующих болонских документах. В качестве основных вариантов рассматриваются

сохранение существующей двухступенчатой системы (кандидат / доктор) и переход на одноступенчатую модель (то есть применительно к системе российского высшего образования отказ от степени доктора наук). Вполне понятно, что за сохранение двухуровневой системы ученых степеней выступают, главным образом, доктора наук, нежелающие «растворяться» в общей массе обладателей ученых степеней. Основные аргументы сторонников двухуровневой системы:

- 1) настоящей ученой степенью является только докторская, так как ее обладатель основал научное направление или решил крупную научную проблему;
- 2) именно доктора являются основными экспертами, решающими вопрос о возможности присвоения степени кандидата наук;
- 3) только доктора принимают решение о присуждении докторской степени и присвоения ученого звания профессора [3].

Как сложится судьба системы ученых степеней и званий в России – покажет будущее. Болонский процесс будет продолжаться еще, по меньшей мере, десять лет и можно надеяться, что в конечном итоге будет найдено решение, которое станет оптимальным для российского высшего образования.

#### ***Библиографический список***

1. Glossary on the Bologna Process. English – German – Russian: Beiträge zur Hochschulpolitik 7/2006. – Bonn, August 2006.
2. Сухова, Е.Е. Структурная трансформация высшего образования в Германии в контексте Болонского процесса // Вопросы образования. 2009. № 3. С. 94–113.
3. [Электронный ресурс] <http://www.elitarium.ru/index.php>.

***К.А. Ружникова***

#### **ЭССЕ КАК ИНСТРУМЕНТ САМООПРЕДЕЛЕНИЯ «Я», ИЛИ О ТАНЦЕ КАК «ШИФРЕ ДУШИ»**

Танец существует и создается в социально-культурном контексте, будучи средством отражения, познания и эмоционального переосмысления действительности. Танец является искусством, частью жизни, развлечением, работой, способом самопознания – это далеко не полный список всех его проявлений. Возможности танца безграничны. Оказывается, танец может быть и своеобразным «шифром души». Цель статьи – исследовать этот аспект на основе анализа эссе. Как искусство, танец не только воспроизводит и творчески фиксирует реальную жизнь, но и форматирует мироощущение человека, воздействуя на него по нескольким направлениям. Они включают в себя эмоции, ощущения, чувства и более глубокие структуры личности – сознание и психику. Человек испытывает неконтролируемые переживания, в которых часто не может дать себе отчет. Он переосмысливает танец содержательно.

В одной из танцевальных студий г. Н. Новгорода в 2009 г. было проведено исследование с целью выяснить отношение студийцев к качеству преподавания танца. Латентная задача исследования – проникновение в субъективность.

Обучающимся в студии было предложено написать эссе на тему «Что для меня танец?». Выбор темы неслучаен. Танец – это основная дисциплина, преподаваемая в студии: именно он является конечным продуктом, к которому должен стремиться студиец. Написание эссе не было обязательным. Из 40 человек данную работу написало только 18. Остальные отказались по следующим причинам:

- а) отсутствие свободного времени;
- б) непонимание смысла задания;
- в) отказ от публичного высказывания;
- г) нежелание философствовать.

Данное исследование, возможно, недостаточно объективно вследствие незначительного количества работ, но оно дало показательные результаты для ответа на поставленный вопрос. Анализ позволил сделать следующие выводы.

Для большинства респондентов танец, – в первую очередь это способ самовыражения. Эта мысль прослеживается в каждой из работ, например:

а) «Можно выразить любое состояние души, самые тонкие грани»;

б) «Так что же для меня танец – прежде всего умение чувствовать, умение открывать их, умение быть открытым для людей»;

в) «Каждый танец ...основывается на определенной философии чувств и взаимодействий между партнёрами. Приходится не просто танцевать, но и выражать себя, играть, вживаться в сам образ танца».

Для многих именно танец помогает перебороть себя:

а) «Однажды, после двухчасовых тщетных попыток выполнить один из элементов, так называемый «гелик» (сокр. от helicopter), я получил душевное состояние «как в воду опущен» и мысль: «Похоже, брейк не для меня». На следующий день я все же пришел на тренировку и сделал...то же – всего два с половиной оборота – но таким счастливым, как тогда, мне доводится быть нечасто»;

б) «Танец помог мне осознать: нет предела совершенству, только через упорные тренировки, через постановку заоблачных, недостижимый целей можно достигнуть должного результата»;

в) «Танцы научили меня работать через «не могу», искать в себе второе и даже третье дыхание...»;

г) «В танце стремилась стать лучшей.. так началась упорная работа над собой..»

Некоторые считают танец языком:

а) «Танец – это язык. Очень богатый язык. На нем можно говорить обо всем – о духовном и материальном, на нем можно шутить, можно плакать»;

б) «... мне кажется, танец – это универсальный язык общения. Я могу не говорить ни слова, но моё тело под подходящую музыку всё скажет за меня, и люди, любящие танцы так же, как я, меня поймут».

Умение танцевать подарило большинству много новых друзей:

а) «Нет, я не хотела танцевать профессионально. На самом деле, мне просто хотелось найти друзей»;

б) «Ведь именно танцы дали мне столько друзей – единомышленников в своем городе, других городах России и даже по миру».

Практически все испытывали во время танца чувство счастья. Это своего рода эмоциональная разрядка:

а) «В танце из меня выплескиваются те эмоции, которые не могут проявиться нигде. Это какие-то особенные, «танцевальные» эмоции. И необыкновенно ярки они тогда, когда мой танец видят другие люди... и море из глаз внимательно смотрит на меня. И мой танец, вместе с моими эмоциями, как цунами, врывается в это море и повелевает всем и всеми!»;

б) «Это чувство сродни эйфории. Посмотрите на людей, которые занимаются танцами, они все весёлые в них есть задор с ними приятно общаться»;

в) «Это был самый проникновенный танец, самый экспрессивный танец, самый гениальный танец из всех, которые мне доводилось видеть! Она не просто танцевала, подбирая движения, она проживала все те чувства, которые претерпевали броуновское движение в ее душе, она дарила эти чувства нам, бескорыстно, безвозмездно. И это был самый дорогой подарок – ее танец».

Один из участников исследования считает танец способом открыть в себе талант: «Танец превратился для меня из способа похудения в некую, ещё не оформившуюся идею, когда хочется совершенствовать свои навыки и приобрести своего рода талант».

Для части участников исследования это возможность выразить музыку в движении:

а) «Танец делает музыку видимой. Неважно, как ты танцуешь, хорошо или плохо, в каком направлении, какие движения делаешь, главное танцевать от сердца, музыка сама подсказывает тебе движения»;

б) «Вообще, музыка, а не танец – вот моя страсть. Внутри меня бушует такое количество эмоций, когда я слышу свой любимый трек: хочется раствориться, насколько это возможно, приблизиться к этим прекрасным звукам.. но... не получалось... и это сводило меня с ума... я не знала, как удовлетвориться тем, что слышу, пропустить полностью через себя.. и тут я пришла в танцевальный класс..».

Никто не жалеет о том, что начал заниматься танцами.

Форма исследования была выбрана неслучайно. Именно эссе погружает человека в «открытое» пространство. Анкетные опросы «загоняют» человека в рамки, тогда как эссе позволяет ему высказаться спонтанно. По сути, анализ эссе показал, что танец, и отношение к нему могут рассказать о человеке как о личности очень многое. Каждый новый «срез» давал возможность по-новому взглянуть на каждого из учащихся в студии. Личностное наполнение складывается из разных аспектов отношения к танцу:

а) как к продолжительному состоянию удовлетворения;

б) кратковременному состоянию эйфории;

в) эмоциональному всплеску;

г) релаксации, вследствие физического напряжения.

Танец можно считать кодом выражения души, эссе позволяет человеку отразить свое мироощущение и тем самым «дешифровать» этот код.

#### ***Библиографический список***

1. Абанкина, Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. Музей будущего: информационный менеджмент / Т.В. Абанкина. – М.: Прогресс-Традиция, 2001.
2. Брындин, Е.Г. Настройка, стабилизация и развитие гармоничной целостности человека и общества / Е.Г. Брындин. – Новосибирск: НГУ, 2001.
3. Лотман, Ю.М. Семиосфера / Ю.М. Лотман. – СПб.: «Искусство – СПб», 2004. – 704 с.
4. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», – 2001.
5. Пятигорский, А.М. Некоторые общие замечания относительно рассмотрения текста как разновидности сигнала// Структурно-типологические исследования / А.М. Пятигорский. – М., 1962.
6. Социология искусства: учебник. – СПб.: Изд-во «Искусство-СПБ», 2005.
7. Фанталова, Е.Б. Об одном методическом подходе к исследованию мотивации и внутренних конфликтов // Психологический журнал. 1992. Т. 13. №1.

***И.М. Сидорова***

### **ПРОФЕССИОНАЛЫ И НЕПРОФЕССИОНАЛЫ В НАУЧНОЙ ДИСКУССИИ**

В процессе развития познания, вступая в дискуссии и полемики, ученые стремятся различным образом отстаивать свои идеи, взгляды и убеждения. Для этого необходимо приобретать навыки убеждения оппонента, привыкать к соблюдению норм научного общения, правил научной аргументации, формировать культуру ведения дискуссии. Особенность аргументации зависит от того, соблюдены ли условия для начала дискуссии, определена ли проблема, точно ли сформулированы выдвигаемые тезисы, какой характер имеют доводы в пользу того или иного решения, его доказательства или опровержения. В соответствии с этим дискуссии можно разделить на дискуссии негативные, в которых не соблюдаются условия для начала научной дискуссии, и дискуссии позитивные, в которых эти условия соблюдены. Дискуссии могут возникать как из-за недопонимания или недоопределенности тезиса, так и из-за разных подходов к видению проблемы и характера выдвигаемых доводов. Культура ведения дискуссии определяется прежде всего тем, публичная она или нет, а также ведется ли она между



профессионалами или нет, каков уровень участников дискуссии. Можно выделить такой особый тип дискуссии как псевдонаучный. Яркий жизненный пример такой дискуссии дан писателем Василием Шукшиным в рассказе «Срезал».

Для того, чтобы спор дал позитивный результат, надо, по меньшей мере:

- 1) правильно поставить цель;
- 2) чётко определить предмет;
- 3) быть компетентным в обсуждаемых вопросах;
- 4) обладать навыками диалогового развития мысли.

При выполнении этих требований спор тоже может зайти в тупик, обернуться «холостым пробегом» мысли. Они, как говорят в таких случаях, необходимы, но не всегда достаточны. Однако без них рассчитывать на успех нельзя.

Для нормальной межличностной коммуникации в процессе дискуссии необходимо соблюдение определенных условий или правил. Анализируя логические ошибки, которые сознательно допускаются авторами в пьесах «театра абсурда» (например, Сэмюэлом Беккетом и Эженом Ионеско), профессор психологии МГУ А. Е. Войскунский выдвигает «постулаты нормального общения» [1].

Особое место в изучении феномена дискуссии занимает проблема культуры ведения дискуссии, культуры межличностной научной коммуникации. Культура дискуссии включает в себя ценностные ориентиры и ограничения, которыми должны руководствоваться участники научной дискуссии, определенные риторические навыки, а также овладение логическими приемами доказательства и опровержения. Овладение основами культуры ведения дискуссии означает прежде всего проявление уважения к чужим убеждениям и взглядам, к личности оппонента, соблюдение логического такта, свободное владение логическими приемами ведения дискуссии, а также отказ от использования nepозволительных уловок, умение их распознать.

Особое внимание к соблюдению культуры ведения научной дискуссии необходимо при участии в публичной дискуссии, особенно в дискуссии между профессионалами и непрофессионалами. В этом случае необходимо учитывать как уровень знаний (или их отсутствие) оппонента, так и характер аудитории. «Профессионализация непрофессионала – не единственная цель изучения логики его поведения в споре. Вторая область приложения полученных знаний – борьба с профессиональным эристом.. И, наконец, третье приложение знаний о логике непрофессионала в споре – это анализ рассуждений профессионального диалектика. Нужно различать два вида непрофессионализма – предметный и методологический. Первый – незнание предмета, второй – способов его исследования», – отмечает Г. Д. Левин [2, с. 175–176]. Основными признаками непрофессионала являются отсутствие профессиональных знаний, полученных от учителя-профессионала, и отсутствие формирующегося годами навыка приобретать их [4, с. 176–177].

Культура ведения дискуссии обязывает не упорствовать и признавать очевидно правильно доказанный довод противника. В то же время, если довод оппонента лишь кажется достоверным, то не соглашаться без всестороннего его обсуждения. Упорство, отрицание очевидного приводит к использованию софизмов, нечестных уловок, а в итоге – к утрате авторитета среди серьезных ученых [3].

Попытка понять другого ведет к расширению границ собственных понятий, переключению гештальта, тем самым задавая импульс к творческому пересмотру собственных идей, совместному творчеству по созданию новой теоретической реальности. Этот процесс имеет и обратную связь: расширение понятийного горизонта способствует взаимопониманию. Прямая и обратная связь осуществляется параллельно и одновременно посредством углубления и процесса самопознания. В дискуссии в процессе неформальных коммуникаций осуществляется «дизензиональный метод» (В. Франкл) совмещения различных смысловых контекстов концепций ученых.

Учитывая столь важную роль неформальной коммуникации в научной деятельности, необходимо ее стимулировать, например, в таких способах формального общения, как конгрессы, симпозиумы, конференции. Обычно на конференциях ограничиваются

распределением ее участников по узкотематическим секциям после общих пленарных заседаний. Для стимулирования неформального общения этого явно недостаточно. Например, можно было бы наряду с программой заседаний, подготовить режиссерский сценарий дискуссии, спровоцировать дискуссию и установление аксиальных связей. Ведь избыток формализма (в том числе и во время конгрессов) не идет на пользу науке.

#### ***Библиографический список***

1. Войскунский, А. Е. Я говорю, мы говорим,.: Очерки о человеческом общении / А. Е. Войскунский. – М.: Знание, 1990. С. 81–86.
2. Левин, Г. Д. Непрофессионалы в профессиональном споре // Вопросы философии. 1996. № 1.
3. Шопенгауэр, А. Эристическая диалектика. Полное собр. соч. / А. Шопенгауэр. – М., 1910. Т. 4.

***К.А.Тарасова***

### **КОММУНИКАТИВНОЕ БЕЗМОЛВИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ ЧАКА ПАЛАНИКА**

Современная культура включает в себя парадоксальное сочетание расширившихся коммуникативных возможностей и, вместе с тем, состояние коммуникативного безмолвия, которое имеет сложную и многофакторную основу. Суть сюжетной ситуации современного американского писателя Чака Паланика сводится к тому, чтобы показать это коммуникативное безмолвие как важный элемент внутреннего мира современного человека в романе «Призраки». Телефон молчит, хотя героиня давно и долго ждет звонка. Молчащий телефон несет угрозу ее бытия. Однако телефон не звонит, и тайна его безмолвия остается непостижимым и тревожным угрожающим моментом человеческого бытия.

В другом случае мы наблюдаем прямо противоположную ситуацию, когда героиня сидит у телефона, который разрывается от звонков, и в ее задачу входит координация и систематизация этих звонков, а также придание им общей смысловой основы.

Подобную же роль коммуникативной деструкции в романах Паланика выполняет реклама. Чему служит реклама в сознании его героев? На этот вопрос Паланик не дает прямого ответа, но каждый раз столкновение с тем или иным видом общественной коммуникации приводит к подавлению человеческих инстинктов его героев. Они, эти герои, бояться быть любящими или любимыми, чувствуют себя в безопасности, когда одиноки. Они чувствуют агрессию и враждебность по отношению к партнерам по коммуникации.

Таким образом, коммуникация, по Паланику, становится антигуманистическим фактором современной жизни в общем глобальном смысле этого явления, хотя на уровне отдельных коммуникативных услуг они предстают как благо цивилизации. Человек между цивилизацией и культурой – эта проблема является сегодня универсальной для многих современных писателей, художников слова Запада. Однако только у этого режиссера мы сталкиваемся с декультуролизированным коммуникативным пространством, которое начинает напоминать по атмосфере, характеру некий необитаемый остров, на котором вынужден жить человек. Образ общества-острова появляется во многих произведениях современных писателей-философов.

Пожалуй, самым емким и выразительным можно считать образы, созданные известным итальянским философом семиотиком и гуманистом Умберто Эко. Несмотря на скепсис по отношению к коммуникации, объединяющим Эко и Паланика, несмотря на разность их писательских манер и «весовых категорий» в сфере гуманистики, Паланик и Эко с тревогой говорят о будущем современного коммуникативного человека.

## **МЕНТАЛЬНОСТЬ КАК ОНТОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ПОЖИЛОГО ЧЕЛОВЕКА В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЙ АНАЛИТИКИ**

Старение, по мнению Э. Эриксона, является такой онтологической системой, при которой человек осуществляет выбор между универсализацией (сохранением целостности личности) и консервацией – отчаянием и разочарованием от жизни. Пожилой возраст представляет собой воплощение вершины человеческой жизни на пороге смерти. Кризис старения следует принимать за доминанту, основная функция которой – осознание ценности прожитой жизни как внутренне необходимой и единственно возможной.

Известной особенностью пожилых людей является их склонность жить воспоминаниями, причем на фоне общего ухудшения памяти сохранной остается именно семантическая память, память на значимые события жизни [1, с. 139]. На этом этапе жизни наиболее адекватной предпосылкой мыслительной деятельности являются стремление к высказываниям, в которых осуществляется поиск и нахождение смысла всего, что связано с жизнью человека: событий, отношений, переживаний, болезней, любви, самой жизни и смерти (Э. Эриксон, А. Маслоу, В. Франкл, В.С. Соловьев, С.Л. Франк, Н.А. Бердяев). Жизнь в старости тождественна символическому понятию ценности и совпадает с ней в концепции пентадной диалектики А. Ф. Лосева.

Согласно концепции пентадной диалектики А. Ф. Лосева, существует особая дисциплина мысли – антропологическая аналитика. Она не может быть отнесена к профессии или специальности. Антропологическая аналитика – это «вид софотерапии, т.е. представляет собой "лечение" распознаванием аббревиатур человеческого опыта, упорядочиванием его сферы и смысловой реконструкцией организации» [2 с. 95].

Таким образом, социальная коммуникация с людьми пожилого возраста вне зависимости от целей и задач должна содержать смыслообразующие антропоаналитические моменты. Они носят культурно-исторический характер, так как внутри встречи с пожилым человеком образ действий как источник бытия и мысли полагается в самой структуре обращения (речи, текста, слова) как прошедший проверку временем истории смысл – уважение к старику в предпосылочности действия (намерения, мотива) субъективности.

Пентадная диалектика реализует антропологическую аналитику в аспекте практико-ориентированных знаний. Ее особенностью является оперативность действия в решении проблем социальных коммуникаций. Она развивается внутри отношений встречи двух и более людей, порождая конфигуративность смысла. Каждый член пентады (единое, многое, становление, факт, нестановящееся) может быть выявлен в качестве доминанты, вихревое движение которой собирает, стягивает на себя движение всех других членов пентады.

В отношениях с пожилыми людьми важно проговаривание событий. Но проговаривание это не относится ни к монологу, ни к диалогу как внешним формам. Оно есть высказывание и соответствующая «интеллигибельная интуиция», направленная на содержание высказывания [3, с. 416].

Модальность множества связана с сингулярностью действия, происходящего в ментальном пространстве встречи. Сингулярность (лат. "singularis") – единственность, одно из понятий современной философии. Это понятие возникает как попытка разрешения противоречий при понимании соотношений единого и многого, абстрактного и конкретного. В учении Ж. Делеза сингулярность связана с событием [4, с. 480].

Событие в старости имеет постоянную антропологически освоенную мифо-поэтическую окраску. По своей ментальной структуре сходно с событием как сингулярностью у Ж. Делеза: это событие, презентующее смысл. Но смысл, с одной стороны, носит точечный характер, а с другой, – так связан с другими смысло-событиями, что не может существовать отдельно от них. Для пожилого человека связь между событиями осознается явственней и предстает наложениями, исчерпывающими все модификации этого события. Эти события и их модификации нанесены на «ментальную карту», которая соответствует прошлой реальности с

разной степенью достоверности в зависимости от субъективно приписываемого смысла и есть «не местность» [5, с. 768].

Точка смысло-события может быть проинтерпретирована как множественные варианты этих событий, на каждом из которых возможна остановка – превращение его в факт человеческой жизни, рассмотрение его в развитии (становлении) в качестве момента (мига) осуществленного действия. Воспроизведение его в воспоминании является точкой фиксации и онтологической константой жизни человека.

Исследование онтологического статуса ментальности пожилого человека в контексте антропологической аналитики предполагает, что процесс старения и факт старости находятся в состоянии постоянного переопределения (единое, многое, становление, факт, нестановящееся) в соответствии с возможностями и требованиями возраста. Важно, что именно эта методология позволяет не останавливаться на пути исследования антропологического контекста старости. Так же как в физике «представления об электроны сейчас и в начале XX в. – совершенно различны» [6, с. 165], так и в начале XXI в. мы пытаемся достичь *«тождественности определения объекта в самых различных условиях»* (в том числе несовместимых)» [6]. Встреча с пожилым человеком конструируется социально на возникающей в его сознании ментальной карте. Ее распознавание связано с феноменологической установкой на понимание смысла [1], точность смысло-образа и его выражения в речи.

Антропологическая аналитика позволяет оптимальным образом исследовать многомерность жизненных историй с учетом многоплановости и полиисторичности жизненного пути пожилого человека. Критерием эффективности антропологической аналитики применительно к пожилому возрасту служит приобретение нового мировоззрения, приводящего к философскому восприятию самого себя, адекватному отношению к своему возрасту и лучшей адаптации в социуме.

Антропологический анализ обнаруживает следующие аспекты феномена ментальности в старости:

- ментальность пожилого человека предстает в виде конструкции, сочетающей интеллигентность и сенсibilität, разум и чувства. Она тождественна ценности в жизни человека, олицетворяет «живое знание» о нем;
- ментальные структуры обладают неограниченным диапазоном самопреобразования в ментальных пространствах человеческих отношений, ориентированных на непостижимость. Именно незавершенность и непостижимость отношений устанавливает феноменальную ценность онтологической системы старости.

Данные обстоятельства указывают на целесообразность использования антропологической аналитики в исследовании онтологического статуса феномена ментальности пожилого человека, состоящего в выявлении ментальных карт на уровне встречи-со-бытия в качестве своеобразной «ментальной картографии» инструментального плана социальной коммуникации.

#### **Библиографический список**

1. Геронтопсихология: учебное пособие / под ред. проф. Г.С.Никифорова. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2007. – 391 с.
2. Волкова, В.О. Антропологические константы духовно-практического дискурса // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского: серия «Социальные науки». – Н. Новгород: Изд-во ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2009. № 1 (13). – с. 92–99.
3. Шпет, Г.Г. Эстетические фрагменты / Г.Г. Шпет // Сочинения. – М.: Правда, 1989. С. 345–472.
4. Делез, Ж. Логика смысла: [пер. с фр.] / Ж. Делез. – М.: «Раритет», Екатеринбург: «Деловая книга», 1998. – 480 с.
5. Умберто, Э. Маятник Фуко: [пер. с итал.] / Е.А. Костюкович. – СПб.: «Симпозиум», 2005.
6. Супрун, А.П. **Метапсихология: Релятивистская психология. Квантовая психология. Психология креативности** / А.П. Супрун, Н.Г. Янова, К.А. Носов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЛЕНАНД, 2007. – 512 с.

## КОНТЕКСТ КАК СМЫСЛООБРАЗУЮЩИЙ ФАКТОР НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Невербальная коммуникация (язык тела) – одна из наиболее интригующих тем исследований, возбуждающих интерес специалистов когнитивных наук последние 20 лет. Это язык, который поддерживает взаимодействие людей помимо слов, несет информацию и составляет особое содержание общения. Прежние научные исследования представляли собой разнонаправленные тенденции исследования жестов, поз, межличностного пространства, которые преподносились как существенное, но все же дополнение к вербальному плану коммуникации. Псевдонаучные источники 60–70-х гг. XX века превратили богатство языка тела в популярную тему и упростили ее до инструмента влияния и достижения манипулятивных целей: они делали акцент на распознавание скрытых за невербальным поведением субъекта его тайных потребностей, мотивов и целей. Научно-популярные работы не анализировали комплексно сложный и многосторонний феномен невербальной коммуникации.

Современные исследования вытесняют классические «линейные» модели процесса коммуникации и предлагают взамен более сложные, учитывающие интерактивный, диалогичный, интенциональный план, т.е. социальные аспекты акта коммуникации. Такой подход позволяет более целостно, комплексно исследовать эту тему [1]. В этой системе взаимодействуют как минимум два субъекта и объект – продукт совместной активности деятельности, общения или, используя терминологию А.Ф. Лосева, становления.

Если под коммуникацией понимать социальный процесс живого общения с установлением пространственно-временных отношений между его участниками и учитывать социальный контекст повседневной жизни, то очевидным окажется роль вербально-невербального диалога. «Коммуникация происходит в процессе обмена, где коммуниканты находятся в пространстве, в котором их тела двигаются, взаимодействуют и совершают определенную жестикуляцию» [1, с. 24].

Целостный подход к коммуникации предполагает учитывать взаимозависимость между ее различными аспектами. Можно бесконечно глубоко изучать вербальную коммуникацию, тщательно исследовать невербальную, но жизнь и огромное количество примеров из литературы доказывают, что коммуникация может быть только вербально-невербальной. Это похоже на две стороны одной монеты: только концентрируя внимание на неразрывной взаимосвязи разных форм коммуникации, можно постичь истинный смысл ситуации и адекватно отразить реальность.

Проблема интерпретации невербального общения требует высокого социального интеллекта, знаний, умений, навыков при учете того, что происходит вокруг субъекта, т.е. учета контекстуального аспекта коммуникации. Адекватный способ восприятия интерактивной действительности предполагает обнаружение и внимание к взаимовлиянию вербального и невербального аспектов, а также системообразующего свойства контекста. Так же, как при исследовании текста как системы, под контекстом невербального общения подразумевается условия ситуации и среда, в которой развивается невербальная активность [2]. «Под контекстом мы будем понимать «контекст ситуации», то есть те элементы внетекстовой ситуации, которые соотносятся с текстом, будучи лингвистически релевантными» [2, с. 27]. Невербальный план общения имеет символическое значение и приобретает релевантный ситуации смысл только будучи помещенным к контекст. «Таким образом, первоначальная функция контекста сводится к тому, чтобы *заменить непредсказуемость*, присущую тому или иному аспекту текста, *определенностью*» [2, с. 26].

На первых этапах лингвистического развития ребенка, т.е. на сенсорно-моторной стадии развития интеллекта (Ж. Пиаже), доминирующим оказывается именно контекстные или средовые аспекты удовлетворения потребности ребенка. Л.С. Выготский также придавал важную роль артефактам, характеристикам среды в процессе усвоения ребенком социально-культурных навыков общения и становления речи.

В последние годы удалось преодолеть модель человека рационального, и обозначилась роль аффективно-эмоционального измерения социальной коммуникации. В невербальном общении одинаково важна роль мимики, голосовых сигналов (ритм, мелодика, громкость, тембр, скорость) речи, языка жестов, позы. Любой из этого комплекса невербальных сигналов может быть рассмотрен как равноправный и равноценный системный элемент невербального общения так же, как язык взглядов и межличностное пространство. Здравый смысл говорит о том, что без знания контекста ситуации невозможно выстроить и верно интерпретировать невербальные аспекты коммуникации. Нынешнее состояние методологии гуманитарных наук позволяет предположить, что наиболее адекватной моделью для описания невербального способа общения может оказаться сетевая модель невербального интеллекта, которая отличается от линейной тем, что принижает все три уровня: предмет, метод, мотив исследования (Л. Лаудан). Это стало возможно с появлением новых методов и активной научной дискуссии о невербальном поведении.

В качестве заключения можно отметить следующее.

1. Невербальная коммуникация – комплексное образование и многоканальная система. Все каналы невербальной коммуникации – мимика, взгляды, голосовые сигналы (тон, ритм, интонация, громкость, паузы), жесты, позы, межличностные расстояния – имеют аффективно-эмоциональное измерение и символическую природу.

2. Оптимальная и наиболее релевантная интерпретация символической природы невербальной коммуникации имеет место при условии рассмотрения контекста, т.е. учета роли среды и ситуации коммуникации.

3. Наблюдается потребность отхода от линейной упрощенной трактовки языка тела и редукции ее до инструмента влияния в режиме субъект-объектных отношений. Наиболее оптимальной моделью описания невербального общения как диалоговой системы в ситуации становления и смыслообразования является сетевая модель, где все участники коммуникации представлены самодвижными в пространстве и времени системами.

#### ***Библиографический список***

1. Коццолино М. Невербальная коммуникация. Теории, функции, язык и знак: [пер. с итал.] / М. Коццолино. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2009. – 248 с.
2. Дмитриевская, И.В. Текст как система: понимание, сложность, информативность: учеб. пособие / И.В. Дмитриевская. – Иваново: Изд-во Ивановского государственного университета, 1985. – 88 с.

***Т.И. Глухова***

### **ВЛИЯНИЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА ВОСПРИЯТИЕ КРАЕВЕДЧЕСКИХ ЗНАНИЙ**

Краеведение – отрасль исторического знания, целью которого является сохранение и поддержание преемственности в передаче знаний о материальных объектах культуры и особенностях быта в данной среде в течение длительного времени. Краеведческое знание предполагает, что люди разных поколений, длительно живущие в одном месте, имеют общие представления, жизненный опыт и воспоминания. У них должны быть одни и те же ценности, т.е. то, что их объединяет на бытийном и морально-нравственном уровне. История поколений одновременно живет и в памяти людей, и в материальных объектах. Последние требуют бережного отношения, прежде всего, потому, что они сохраняют дух времени, эпохи, составляют культурную среду, в которой живут люди. С исчезновением материальных объектов культуры – домов, вещей быта – в городской среде уходит мир людей, который и образует историю как процесс их созидательной деятельности в течение длительного времени.

Наш город совсем недавно считался историко-культурным центром страны. И у этого мнения были основания. Ещё в начале XXI века в городе можно было найти улицы, внешний

вид которых практически не изменился за последние 100-150 лет. К таким историческим местам относилась улица Канатная (в настоящее время ул. Короленко).

На этой улице прошли несколько ранних лет детства Алеши Пешкова (в последующем всемирно известного советского писателя М.Горького, имя которого носил наш город с 1932 по 1990 г.). М.Горький вспоминал: улица была «немощёная, заросшая травой, чистая и тихая, выходила в поле». В январе 1883 г., после странствий по Руси, он вновь пришел на Канатную с рукописью поэмы в прозе и стихах «Песнь старого дуба» к В.Г.Короленко. Ситуация встречи была описана им так: «На панели перед крыльцом умело работал лопатой коренастый человек в меховой шапке странной формы, с наушниками, в коротком, по колени, плохо сшитом тулупчике, в тяжелых вятских валенках. Я полез сквозь сугроб на крыльцо. - Вам кого? - Короленко.- Это я». [Цит. по: Ю.Адрианов, В.Шамшурин. Старый Нижний. Историко-литературные очерки. Н.Новгород: СММ, 1994. – 240 с.: ил. – С.95]. М.Горький через годы будет с благодарностью вспоминать Владимира Галактионовича Короленко, посвятив ему очерки «Короленко» и «Время Короленко». Около него сплотилась замечательная группа разнообразно одаренных людей: Н.Ф.Анненский, врач и беллетрист С.Я.Елпатьевский, талантливый литератор И.Богданович...

Сцену, которую описывает М.Горький, некоторое время назад легко можно было представить. Теперь состояние улицы существенно изменилось, хотя дома, в которых жили М.Горький и В.Короленко, пока сохранились. Они отмечены мемориальными досками. Возможно, это защитит их от корыстных интересов застройщиков. Но сами дома, особенно тот, в котором жил В.Короленко, находятся в удручающем состоянии. Бедность, в которой живут жильцы этих домов, не позволяет им поддерживать качество своего жилья на достойном уровне. Домик, который был виден из окна квартиры В.Короленко и сохранился в его черновиках, отреставрирован со стороны фасада и составляет интересную композицию вместе с восстановленной церковью Трёх Московских Святителей. Однако вид улицы в целом не воспроизводит того впечатления, которое было у ее жителей в конце XIX века. Многие дома приходят в упадок или находятся в разрушенном состоянии. Их можно было бы восстановить в целях исторической реконструкции улицы, но этого не произошло. Старые дома заменяются новыми, ничего общего не имеющими со стилем русской культуры. Причем, можно сказать, что внешний вид зданий на улице характеризует эклектичные вкусы застройщиков. Железобетон, пластик, стекло заменяют дерево и резные наличники окон. В новой технизированной среде сложно говорить о духовной жизни вообще и о традициях литературной жизни, в частности.

Кроме того, можно отметить, что о традициях говорить не кому и не с кем. Старожилов на улице остается немного. Глядя на преобразования на улицах Короленко, Славянской, Белинского, Горького и др., они больше думают не о сохранении исторических объектов и духа истории, а об улучшении своих жилищных условий. И в этом есть своя горькая правда. Исторические дома – это памятники истории, но жить в них нелегко. Многие из них не имеют элементарных коммунальных удобств – центрального отопления, водоснабжения, канализации. Многие здания давно стали ветхими. Как ни банально, но любовь к истории поддерживается людьми, и чтобы они любили историю города, администрация города должна помогать горожанам в обустройстве жилья.

Восстановление памятников истории как живых свидетелей жизни поколений является одним из условий трансляции краеведческих знаний. Только дорожа объектами истории, люди будут сохранять их, жить достойно и передавать традиции подрастающим поколениям. Многие европейские города имеют такой опыт сохранения и трансляции истории, и россияне могут его заимствовать в своих интересах.

Еще одна проблема в трансляции краеведческих знаний состоит в том, что с конца XX века усилилась миграция населения не только в границах региона, но и в масштабах страны. Людям, которые переезжают в крупные города, каким является и Н.Новгород, интересно решение экономических и социальных проблем. Именно изменение статуса и придание своей жизни комфорта заставляет людей перемещаться в пространстве в поисках лучших жизненных условий. На данной территории они являются «временными» людьми. Мигранты создают свою

историю, и именно она им интересна. А жизнь поколений людей, живущих на территории края в прошлом, не занимает современные поколения. Цели, ценности и ритмы жизни изменились.

Конкретный факт отсутствия интереса к краеведению у школьников: весной 2010 г. межфакультетская кафедра гуманитарных дисциплин и кафедра массовых коммуникаций НФ УРАО одновременно в одних и тех же школах Н.Новгорода провели профориентационную работу. Желающих обучаться в «Школе журналистики» оказалось более 60 человек. И ни один школьник не выразил желание заниматься краеведением или хотя бы познакомиться с историей края через практические занятия (экскурсии по городу и посещение музеев).

Стабилизация ситуации в стране может способствовать тому, чтобы у людей появился интерес к своему окружению и персонажам истории, повышению ценности исторических знаний. В немалой степени трансляции исторических знаний служат музеи и экскурсионное обслуживание. А чтобы работа музеев была действенной и эффективной, необходимо воспитывать подрастающие поколения в духе патриотизма, любви к своему малому краю и к своей большой Родине.

Таким образом, проблемами трансляции краеведческих знаний являются:

исчезновение исторической среды, памятников культуры и истории;

миграция населения, погруженность людей в экономические и социально-политические проблемы повседневности;

формирование новой среды, ориентированной на западные образцы и не связанной с историческими традициями русской культуры;

неудовлетворительное состояние музейной работы в городе в силу недостаточного финансирования музеев, которое необходимо для поддержания их физического состояния и накопления экспонатов;

отсутствие интереса к истории края у подрастающих поколений вследствие неэффективности воспитательной работы в этом сегменте системы образования.

Изменения в сфере трансляции краеведческих знаний, безусловно, связаны с общими тенденциями политики в сфере образования и воспитания. Но и при сложившейся в настоящее время ситуации определенные социальные группы и даже отдельные люди могут формировать бережное отношение к памятникам истории в обществе.

Формами такой работы могут быть:

- усиление внимания к краеведческой тематике в учебном процессе образовательных учреждений;

- поощрение выставочной деятельности по краеведческой тематике;

- проведение конкурсов фотографий и творческих работ студентов;

- формирование общественного мнения через научно-практические конференции, проекты, акции;

- размещение на сайтах вузов информации о культурно-исторической среде учебного заведения;

- создание официального сайта Н.Новгорода, формирующего культурно-исторический имидж города;

- проведение миграционными службами обязательных занятий с мигрантами по практике адаптации в новой среде, целью которой должно быть расширение их знаний о городе и его исторических и культурных ценностях.

Любые усилия по проведению краеведческой работы имеют значение уже потому, что они формируют и поддерживают внимание к вопросам сохранения отечественной истории через бережное отношение к памятникам материальной и духовной культуры «малой Родины» и обеспечивают тем самым преемственность поколений и непрерывность традиции.



## **ЛИЧНЫЙ АРХИВ УЧАСТНИКА ВОЙНЫ КАК ОБЛАСТЬ АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЙ АНАЛИТИКИ**

Среди современных немецких историков широкое распространение получил термин «историческая политика» или «политика в области истории» („Geschichtspolitik“), который указывает на то, как государства заинтересованы в том, чтобы быть, по мере возможности, единственной высшей инстанцией при толковании исторических событий. При этом история используется как эффективное средство политической борьбы для легитимации или намеренного осуждения прошедших событий.

В мае 2009 года был издан указ о создании при Президенте Российской Федерации комиссии по противодействию попыткам фальсификации истории в ущерб интересам России. Подобные комиссии есть и в других странах, но это большая политика. А что же можем сделать мы? Но сделать не для того, чтобы использовать историю в политических целях, а для выработки собственного взгляда на исторические события, чтобы иметь эффективную защиту от различного рода вредоносных мифов и манипуляций.

В. В. Кожин (русский мыслитель): «Мы редко задумываемся над тем, что судьба страны, в конечном счете, воплощается и в судьбе отдельных ее сыновей, - особенно если это творческие натуры, живущие не хлебом единым...».

Сегодня мы еще имеем уникальную возможность не только исследовать личные архивы, но и общаться с участниками войны. Эти две составляющие и дают полную картину событий.

Например, красноармейская книжка или военный билет, каждая запись в этом документе – целая история. Сведения об образовании, национальности, участие в походах и боях, информация о ранениях, наградах и т.д. Только один такой документ несет в себе большой массив информации, но чтобы правильно его «прочитать», необходимы обширные исторические знания. Это знания не только истории страны, но и боевого пути конкретного человека, истории его семьи и т.д.

На мой взгляд, в этом и есть основа нашего исторического иммунитета.

Личный архив – это комплекс документов зафиксированных на различных материальных носителях, а также личные вещи владельца архива, отражающие его боевую, служебную, творческую и другую деятельность и имеющие военно-историческое, социологическое, культурологическое значение.

Личный архив содержит в себе массив информации, складывающийся из двух основ материальной и содержательной или невещественной (духовной).

В состав личных архивов участников ВОВ входят следующие группы документов: биографические материалы; мемуары; творческие материалы (статьи, стихи); материалы боевой, служебной и общественной деятельности; переписка; финансово-расчетные и документы, подтверждающие льготы, фото-, фоно-, видео-документы, личные вещи, имеющие историческое значение.

Эти документы можно разделить по следующим признакам: по материальному носителю (зафиксированы на бумаге, на аудио, видео, фотопленке, на электронных носителях); по времени создания; по месту создания; по авторам; по периоду жизни ветерана и т.д.

Для чего необходимо сохранять и исследовать личные архивы ветеранов? Чтобы постараться ответить на этот вопрос приведу несколько высказываний выдающихся мыслителей, которые указывают те направления жизни, в которых сокровище, скрытое в личных архивах, может нам пригодиться.

«Война – явление социальной жизни. Лечение всякой болезни становится на верный путь лишь после того, как хорошо изучена природа самой болезни. А война есть социальная болезнь».

«Закон связи всех сторон общественной жизни: ни одну из сторон общественной жизни нельзя изменить, с тем, чтобы не изменились все остальные. Военное дело только один из видов

деятельности человечества». Н.Н. Головин (генерал царской армии, профессор Николаевской военной академии Генерального штаба).

«Доселе ты жил так, как ты впредь жить не будешь» - вот голос войны. «...каждый из нас слагает свою жизнь как компромисс из дезертирства и добровольчества. Но хуже всего то, что мы так легко прощаем себе это нравственное дезертирство по мелочам. Прощенные мелочи незаметно въедаются в ткань нашей души и разъедают ее; и когда приходит час духовного испытания, то мы можем вдруг оказаться бессильными и безвольными дезертирами в большом». И.А. Ильин (русский философ).

«В эпоху массового потребления значение исторической памяти обесценивается, ее пути с нашей индивидуальной памятью, с памятью нашего сердца все более расходятся.... К сожалению, не только юное, но и зрелое поколение нередко забывает о том, что мы никогда не поймем, куда нам идти дальше, пока не уясним, как мы здесь оказались».

«Историческая память – это еще и прививка честности и смирения, главных человеческих добродетелей, ведь помнить приходится не только о взлетах, но и о своих падениях и ошибках... Сохранение информации о чем-то требует приложения усилий... Все это малые, а иногда и весьма значительные жертвы людей во имя сохранения памяти о том, что им дорого, что они любят. Поэтому, когда мы учим и учимся помнить, мы воспитываем навык деятельной любви, мы возрастаем духовно». Патриарх Кирилл.

*Е.А. Цветкова*

## **СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД И ИНФОРМАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ**

Организационная конфликтология – одна из наиболее активно развивающихся отраслей современной конфликтологии – активно адаптирует зарубежный и пропагандирует отечественный опыт управления конфликтами. Рассматривая последний с точки зрения его содержания, видов и форм, Огородникова считает, что исходными видами управления конфликтами являются исследование (анализ) конфликтов и их диагностика. Поэтому грамотно подобранный методологический и теоретический инструментарий гарантирует репрезентативность полученной на этапах сбора и анализа конфликтологической информации, а так же придания ей вида, необходимого для реализации таких видов управления конфликтами как предупреждение, урегулирование и разрешение.

Системный подход, применяемый сегодня в конфликтологии, является признанным надежным методологическим фундаментом управления конфликтами. Перспективным для этого направления применения системного подхода, но еще слабо разработанным его видом, по мнению известных отечественных конфликтологов А.Я.Анцупова и А.И.Шипилова, является *системно-информационный анализ* (1). По мнению этих авторов, именно он ориентирован на всестороннее выявление роли информации в конфликте, а так же ее функций в процессе динамики конфликта и его завершении.

Онтологическим основанием применения системно-информационного анализа в конфликтологии принято считать следующие положения: все типы конфликтов относятся к тому классу системных явлений, в саморазвитии и исследовании которых информация играет ключевое значение. Так, сам процесс конфликтного взаимодействия представляет собой обмен информацией между всеми прямыми и косвенными участниками конфликтной ситуации. Что касается управления конфликтами, понятыми как информационные системы, как со стороны самих участников конфликта («решение конфликта», урегулирование изнутри), так и со стороны профессиональных или непрофессиональных субъектов в роли «управляющий субъект» («завершение конфликта в форме его урегулирования или разрешения»), то эти действия также носят преимущественно информационный характер.

На наш взгляд, используя эвристический потенциал системного подхода и различных видов системного анализа объекта исследования, а так же теоретические и прикладные аспекты

PR в структуре менеджмента согласия, можно сделать несколько предположения о направлениях разработки и применения системно-информационного подхода к исследованию конфликта как информационно-коммуникативной системы.

В структуре системно-информационного анализа можно выделить и последовательно (так как они отражают взаимосвязанность этапов сбора и аналитической обработки конфликтологической информации) представить такие его формы как *информационно-генетический*, *информационно-структурный*, *информационно-функциональный*, *информационно-содержательный* анализ.

*Информационно-генетический анализ* нацелен на выявление генетических информационных причин конфликта, задающих, в частности, направление процессам кодирования и раскодирования информации, блокирующих одни и акцентирующие другие информационные потоки. В трудных ситуациях, одной из коммуникативных разновидностей которых являются конфликты, потери и искажения информации не только при коммуникации сторон, но и при самом восприятии процесса конфликтного взаимодействия становятся причинами конфликтов. Их называют субъективными, но сами участники процесса относятся к ним как к вполне реальным причинам, поэтому и угроза, которую они представляют, воспринимается оппонентами не менее реально. Здесь проявляет себя исторически сформировавшаяся способность людей избирательно воспринимать поступающую информацию, фильтровать ее, пропуская через призму своих ценностей, мотивов, целей.

*Информационно-структурный анализ* предполагает выявление конфигурации субъективной конфликтной ситуации, то есть всей совокупности информационных элементов (информационных образов) различной этиологии, содержания и степени сложности, выражающих модальность отношений оппонентов в конфликте в виде отрицательных обратных связей. С необходимостью обнаруживаются и комплексы же разнообразных (вертикальных и горизонтальных) связей информационных образов между собой на микроуровне (оппоненты, группы поддержки и третьи лица) и макроуровне (социо-культурная среда, общественное мнение) функционирования конфликтной ситуации.

*Информационно-функциональный анализ* характеризует субъективно-динамическую составляющую конфликта. Он представляет собой рассмотрение процесса информационного обмена и динамики когнитивно-информационных процессов в психике оппонентов и других участников конфликта, внешних и внутренних факторов, влияющих на полноту и адекватность информационных моделей конфликтной ситуации в целом и ее отдельных фрагментов.

*Информационно-содержательный анализ* рассматривается как этап перевода полученной информации в аналоговые модели пригодные для моделирования процесса управления конфликтом в реальных условиях управления в рамках определенного вида управления, например управленческом посредничестве. Посредничество как процесс управления конфликтной коммуникацией на постконфликтной фазе динамики конфликта в свернутом виде предстает как управление информационными моделями конфликтов оппонентов через вывод динамики формирующихся образов с эмоционального уровня на рациональный («восходящее развитие», внедрение информационных антивирусов («образы консенсусных ситуаций»)).

#### **Библиографический список**

1. Анцупов, А.Я. Конфликтология: учебник для вузов./ А.Я. Анцупов., А.И. Шипилов. - М.:ЮНИТИ-ДАНА. 2008.С.

**И.А. Шелен**

#### **«ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР» В РОССИЙСКИХ АНТИКРИЗИСНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ**

Антикризисные коммуникации в современной западной переводной литературе (и многих отечественных публикациях, повторяющих основные постулаты зарубежных авторов)

представляются или как активной информационной деятельностью, связанной с оповещением о мероприятиях по нейтрализации разрушительных результатов стихийных природных бедствий, или работой по разъяснению сути произошедшего как неблагоприятного стечения обстоятельств, или, наконец, максимально открытым освещением того, что делается для ликвидации последствий техногенных аварий и катастроф, произошедших по вине организации. Однако слишком часто упускается из виду, что кризисы в современных условиях – это в основном то, что является порождением действий конкурентов и любых иных враждебных сил. Понимание и принятие этого факта в российских «связях с общественностью» пришло не сразу.

Для России исторически первой моделью, описывающей PR, оказался подход С. Блэка [1]. Книга английского профессора была издана ещё в СССР в 1990 году. Речь в данном случае идёт не о конкретной единичной работе, а о том, что модель пиара, представленная в ней, оказалась очень влиятельной в странах Запада (особенно в Европе). Суть этого подхода заключается в том, что public relations призваны создавать исключительно *позитивное* представление об организации у «общественности», налаживать доброжелательные отношения с ней. В рамках подобного понимания кризисы, если они и возникают, являются результатом либо некачественной работы PR-службы, либо неблагоприятного стечения обстоятельств. Практически все книги, основанные по модели «позитивного пиара», в качестве примеров приводят негативное воздействие первого или второго факторов. Антикризисные мероприятия должны быть направлены на *восстановление* утраченного *доверия*. «Чёрный» PR в пределах этой парадигмы оказывается вне рамок профессии, поэтому ситуации *сознательного* нападения на организацию со стороны враждебных сил принципиально не рассматриваются. Соответственно, не рассматривается в качестве «законной» антикризисная PR-деятельность, связанная с отражением внешних атак. Уже в 2000-х годах в России было опубликовано достаточно много западных учебников по public relations, в первую очередь американских. В каждом из них один из разделов непременно посвящён антикризисным действиям, причём и здесь кризисы описываются не как действия по нейтрализации деятельности конкурентов, а как случайные, или вызванные силами природы.

В сущности, первые годы существования российских связей с общественностью прошли в нарастающем противоречии между требованиями «этического пиара», выдававшего своё этически ориентированное понимание профессии как единственно правильное, и *реалиями* переходного общества того времени. Это противоречие было снято в последующий период, когда появились работы целого ряда отечественных авторов, более адекватно описывавших PR-ремесло, в том числе негативную и антикризисную его составляющие.

Вероятно, первая собственно российская отчётливо проговорённая модель PR была описана в книге И. Л. Викентьева «Приёмы рекламы и паблик рилейшнз» (1995 г. и последующие издания) [2]. Среди пяти целей PR автор выделял «отмыв» «контррекламу». На более современном языке работа по «отмыву» имиджа и является собственно *антикризисными связями с общественностью*. Заслуга И. Викентьева состояла в том, что этот вид деятельности описывался им как совершенно органичный для PR-профессии; он порождается не неблагоприятными или случайными обстоятельствами, а в первую очередь действиями *конкурентов* (шире: недружественных сил). Подобная позиция более соответствует реалиям России, нежели западные подходы С. Блэка, Ф. Буари, С. Катлипа и многих других авторов.

Следующим шагом в разработке темы кризисов и антикризисных PR-мероприятий были книги А. В. Лукашева и А. В. Пониделко [3, 4]. В работе «Анатомия демократия» обосновывается идея о том, что так называемый «чёрный PR» является совершенно неотъемлемой частью западных социально-экономических и политических отношений. Поэтому «подрывные действия» как конкурентов, так и различных «групп общественности» (зачастую манипулируемых теми же конкурентами), а также государств друг против друга являются абсолютно *нормальными* – в том смысле, что *без* такого рода деятельности функционирование современного общества западного типа просто невозможно. Соответственно, необходимо *изначально* учитывать необходимость организации *антикризисной* деятельности. Однако авторы рассматриваемых книг сосредоточили своё внимание на разоблачении деятельности тех, кто

вызывает кризисы у своих конкурентов, в то время как тема антикризисного *реагирования* осталась за рамками исследования и описания.

Качественный шаг вперёд в понимании не только антикризисного, но и PR'а в целом был сделан авторами PR-бестселлера «Уши машут ослом. Современное социальное программирование» [5]. Здесь было сказано главное: PR – это деятельность по созданию *PR-событий*, своим основополагающим принципом имеющая *событийный способ мышления*. Позитивный, или «белый» PR – создание *позитивно* позиционирующих клиента (или работодателя) PR-специалиста. Негативный, или «чёрный» PR – создание событий, *негативно* позиционирующих конкурента клиента/работодателя. Наконец, антикризисный PR – создание событий, *нейтрализующих* эффект чёрного пиара со стороны конкурентов или недоброжелателей.

Задачу рассмотреть по возможности все аспекты антикризисной PR-деятельности поставил перед собой в своей книге «Антикризисный PR и консалтинг» А.С. Ольшевский [6]. Для антикризисных связей с общественностью положения этой работы крайне важны в силу того, что, поскольку кризисы *неизбежны* из-за негативной активности конкурентов, подготовка к ним должна стать частью *повседневной* деятельности PR-служб (и обязательной составной частью профессионального мышления).

Более современный, и более технологически изощрённый вариант антикризисного (равно как и негативного, «чёрного») PR'а представлен в работе А.Ю. Вуймы «Чёрный PR» [7]. Несмотря на пугающее многих представителей «этичного пиара» *название* книги, речь в ней идёт, в основном, о пиаре в целом – как о современной технологичной профессии, связанной с ремеслом и искусством создания событий, которые настолько интересны для *публики* (в тардовском понимании этого термина), что их захотят осветить СМИ. Кроме того, автор жёстко разводит понятия «чёрного» (законного) и «грязного» (законодательно наказуемого) пиара. Описав четыре возможных вида атак, Вуйма предлагает способы защиты от каждой из них. Все виды кризисов, описываемые в данной работе, носят совершенно «гуманитарный характер», то есть вызваны действиями недружественных сил.

Особое значение для темы антикризисных связей с общественностью имеет рассмотрение деятельности PR-специалистов в пределах и в контексте *маркетинговой* деятельности. Наиболее практически значимыми и плодотворными для целей пиара представляются маркетинговые стратегии двух авторов – Джека Траута («позиционирующий маркетинг») и Ричарда Бучанана («постмодернистский маркетинг»). Согласно духу их работ, антикризисный PR может и должен быть естественной, органической составляющей маркетинговой стратегии организации. Очень сильной составляющей концепции Траута является жёсткая связь типов кризисов и антикризисных мероприятий с уровнем бизнеса, его местом в «стратегическом квадрате». Р. Бучанан ориентирует PR-практиков на поддержку тех мероприятий бизнеса, которые ликвидируют «барьеры» на пути взаимопонимания организации и её клиентов.

Наконец, наиболее профессионально зрелой книгой по проблематике негативного/антикризисного пиара на сегодняшний день можно назвать работу В. Бианки и А. Серавина [8]. Здесь совмещены достижения событийного, маркетингового и коммуникативного подходов к организации PR-деятельности.

В качестве итога можно сказать следующее. Организация антикризисных коммуникаций в их современном понимании может быть описана моделью «шахматной метафоры» конкурентной борьбы: как и в ситуации реальной шахматной игры, речь идёт о необходимости принятия *неизбежности* противоборства, активных наступательных действий со стороны организации и обязательных противодействий различных «внешних сил». Подобный подход настраивает тех, кто разделяет его, на принципиальную необходимость и возможность разработки и использования заранее продуманных технологичных решений («ходов»), которые проигрываются (как это делается в тех же шахматах) и за себя, и за противоположную сторону. Следует исходить из признания факта *неизбежности* агрессивной политики со стороны самых

разнообразных лиц и организаций, которые или ощущают себя ущемлёнными деятельностью данной организации, или претендуют на ресурсы, которыми она располагает.

#### **Библиографический список**

1. Блэк, С. Введение в паблик рилейшнз / С. Блэк. – Ростов н/Д: Феникс, 1998. - 317 с.
2. Викентьев, И. Л. Приёмы рекламы и public relations / И. Л. Викентьев. – СПб.: Издательство ТОО "ТРИЗ-ШАНС", 1995 г. - 228 с.
3. Лукашев, А. В. «Чёрный PR» как способ овладения властью, или Бомба для имиджмейкера / А. В. Лукашев, А. В. Пониделко. – СПб.: Бизнес-Пресса, 1999. - 176 с.
4. Лукашев, А. В. Анатомия демократии, или чёрный PR как институт гражданского общества / А. В. Лукашев, А. В. Пониделко. – СПб.: Издательский Дом «Бизнес-пресса», 2001. - 268 с.
5. Гусев, Д. Г. Уши машут ослом. Современное социальное программирование / Д. Г. Гусев, О. А. Матвейчев, Р. Р. Хазеев, С. Ю. Чернаков. – Пермь: Alex J. Bakster group, 2002, - 192 с.
6. Ольшевский, А. С. Антикризисный PR и консалтинг / А. С. Ольшевский. – СПб.: Питер, 2003. - 432 с.
7. Вуйма, А.Ю. Чёрный PR, или защита и нападение в бизнесе и не только / А. Ю. Вуйма. – СПб.: БХВ-Петербург, 2005. – 256 с.
8. Бианки, В. А. Убрать конкурента: PR-атака / В. А. Бианки, А. И. Серавин. – СПб.: Питер, 2007. 240 с.

*Лесохина Т.Б., Куликова О.В.*

### **О НЕКОТОРЫХ СОДЕРЖАТЕЛЬНО-ОРГАНИЗАЦИОННЫХ АСПЕКТАХ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА–НЕФИЛОЛОГА СРЕДСТВАМИ ПРЕЕМСТВЕННОГО ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Сегодня в контексте преемственного образования центром государственной образовательной политики становится личность, а в психолого-педагогических науках – условия и способы ее развития.

В рамках данного подхода настоящая работа представляет собой попытку кратко рассмотреть проблему возникших в условиях открытого рыночного общества профессиональных коммуникативных качеств и ценностных ориентаций специалиста-нефилолога. Такая постановка вопроса связана с двумя основными причинами:

- масштабной численностью старших школьников, избирающих нефилологические вузы, студентов и специалистов-нефилологов;
- научной новизной и практической значимостью исследования специфических коммуникативных профессиональных качеств и ценностных ориентаций, формируемых и преемственно развиваемых средствами предметов и дисциплин языкового цикла.

Указанная проблема впервые возникла в конце прошлого века, когда многочисленные выпускники в растущем, но нефилологических вузов устремились занять открывшиеся вакансии в инновационном для России малом и среднем бизнесе - в иностранных, совместных и отечественных фирмах. Однако, как показывают проводимые нами опросы и беседы со специалистами и руководителями предприятий период с конца 1980-х по начало 2000 годов, был периодом коммуникативных неудач и переоценки полученного в школе и вузе языкового образования. Выпускники нефилологических вузов в своем большинстве не были готовы к выполнению профессиональных коммуникативных задач, связанных с оформлением выхода продукции на зарубежные и отечественные рынки. Основным барьером, по их мнению, была крайне низкая «языковая готовность», заключавшаяся не только в «недостаточном владении иностранным и родным языком и речью», но и в терминах компетентностного подхода:

- неспособности выполнять ситуативные нетрадиционные для отечественного специалиста нефилолога роли (в частности, продавца, покупателя, переговорщика, создателя

профессиональных речевых произведений на иностранном и русском языке, редактора, переводчика, культуролога и др.);

- неразвитости профессиональных ценностных ориентаций, по причине отсутствия эмоционально-ценностного опыта профессиональной коммуникативной деятельности, и в частности, отношения к профессиональному тексту как к коммерческому продукту, значимому для государства, отрасли, фирмы и самого специалиста; отношения к партнеру (иностранцу и россиянину) как равному; отношение к профессиональному общению как к социально и профессионально значимому явлению; отношение к иностранному и русскому родному языку как средствам решения профессиональных задач, к родной и инокультуре как к содействующему контексту; отношение к себе как к ответственному представителю фирмы, отрасли, страны;

- несформированности адекватного отношения к языковой ситуации в стране и мире как регулятору выбора иностранных языков профессионального общения и, в частности, непонимании роли изучавшегося в школе и вузе немецкого, французского, испанского языков в профессии из-за несоответствия полученных ранее представлений о международных языках и сложившейся языковой ситуации; к нормативному профессиональному общению как мощному инструменту цивилизованной деятельности во всех регионах страны и мира как к компоненту профессиональной мобильности;

Особо подчеркнем, что все перечисленные положения значимы для общения на любом национальном языке и соответственно актуальны для языковой подготовки как по русскому, так и по изучаемым в школе и вузе иностранному языкам.

К большому сожалению, приходится констатировать, что и сегодня участники наших опросов и бесед продолжают отмечать беспокойство и неуверенность в своих коммуникативных силах на всех этапах создания и обмена продукции – от идеи до реализации. Причем такая социально- психологическая ситуация действует на фоне многочисленных положительных попыток улучшить языковое образование в старшей и высшей нефилологической школе (И.Л. Бим, М.З. Биболетова, В.В. Сафонова, И.И. Халеева, А.В. Щепилова, О.Г. Поляков, И.Ю. Марковина, Е.Н Быстрова, В.В. Бабайцева, Л.Д. Беднарская, О.Е. Дроздова, И.П. Павлова, А.А. Колесников, Г.А. Краснощекова, Е.Н. Баранова А.Н. Кузнецов, М.А. Васильева, Н.Н. Гавриленко, Н.С. Шебеко, Е.В.Федоткина, Н.В. Матвеева и мн. другие)

Подведем итоги. В данной работе научно-педагогической общественности представлена актуальная исследовательская проблема развития профессиональной социолингвистической компетенции будущего специалиста-нефилолога. Так, раскрыто содержание особых профессиональных коммуникативных качеств и ценностей, сформировать и развивать которые призвано преемственное языковое образование. Также можно с уверенностью утверждать, что в результате их целенаправленного, должным образом организованного развития (в том числе за счет углубления внутрицикловых связей преемственной языковой образовательной области) профессионал будет иметь системное и более полное представление о профессиональной языковой картине и своем месте и роли в ней.

В завершении статьи скажем, что она подготовлена по материалам исследований, осуществляемых в московском научно-образовательном центре «Билингва».

### ***Библиографический список***

1. Андреева Г.М.. Социальная психология. — М.: Наука, 1994
2. Бим И.Л. Теория и практика обучения немецкому языку в средней школе. — М.: Просвещение, 2004. — 324с
3. Гальскова Н. Д.. Немецкий язык для общеобразовательных школ с углубленным изучением немецкого языка. — М., 2006
4. Кондратьев М. Ю., Ильин В. А. Азбука социального психолога-практика. — М.: ПЕР СЭ, 2007. — 464 с.

5. Концепция профильного обучения на старшей ступени общего образования. — Москва, Российская академия образования, 2002
6. Лернер П. С. Обобщенные умения-действия как системообразующий компонент технологии самоопределения растущей личности. / Тезисы доклада, дек. 1999
7. Петровский А.В., Ярошевский М.Г. Основы теоретической психологии. — М.: Инфра-м, 1998
8. Подласый И.П. Педагогика: 100 вопросов—100 ответов. — М.: Владос-пресс, 2001
9. Проект образовательных стандартов общего образования / Российская академия образования, под ред. А.М. Кондакова. А.А. Кузнецова — М., «Прсвещение», 2009
10. Психолого-педагогический словарь / Сост. Рапацевич Е.С., — Минск, «Современное слово», 2006
11. Психологический словарь / Сост. Р.С. Немов. — М., 2007
12. Психология развития. Словарь / Под. ред. А.Л. Венгера // Психологический лексикон.
13. Ситаров В.А. Дидактика. — М., «Академия», 2008
14. Социальная психология личности /под ред. Бобневой М.И., Шороховой Е.В. — М., Наука, 1979
15. Социальная психология. Словарь / Под. ред. М.Ю. Кондратьева // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / Ред.-сост. Л.А. Карпенко. Под общ. ред. А.В. Петровского. — М.: ПЕР СЭ, 2006. — 176 с.
16. Якиманская И.С. Личностно-ориентированное обучение в современной школе. — М., 1996.



## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Абатуров Иван Николаевич** – аспирант, Российский государственный профессионально-педагогический университет.

**Абрамов Лев Викторович** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Авербух Елена Леонидовна** – инженер Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Агеева Нина Александровна** – кандидат экономических наук, доцент Иркутского государственного технического университета.

**Акимова Татьяна Ивановна** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Александрова Ангелина Яковлевна** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Алексеева Наталья Александровна** – кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры языкознания и иностранных языков Приволжский филиал Российской академии правосудия.

**Алешугина Елена Анатольевна** – ст. преподаватель, заместитель заведующей кафедры иностранных языков, 1 Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет (Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет).

**Андрианова Юлия Николаевна** – ст. преподаватель филиала Сочинского университета туризма и курортного дела в г. Нижнем Новгороде.

**Анохина Екатерина Владимировна** – студентка Выксунского филиала Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Антипин Дмитрий Алексеевич** – ст. преподаватель Иркутского государственного технического университета.

**Антипина Оксана Викторовна** – ст. преподаватель Иркутского государственного технического университета.

**Арташина Ирина Анатольевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит» Волго-Вятской академии государственной службы.

**Архангельская Алла Сергеевна** – маркетолог ООО «Константа»

**Архангельская Ирина Борисовна** – доктор филологических наук, доцент, зав. кафедрой «Управление связями с общественностью» Нижегородского коммерческого института.

**Архипова Юлия Владимировна** – кандидат филологических наук, доцент, Гуманитарный университет (г. Екатеринбург).

**Ахматгатин Анвар Амирович** – кандидат педагогических наук, доцент, начальник кафедры тактико-специальной и огневой подготовки Восточно-Сибирского института МВД России.

**Баланкин Юрий Павлович** – декан АФК, Сочинский государственный университет (филиал) туризма и курортного дела в г. Нижний Новгород.

**Балдыгина Ирина Васильевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Баранова Елена Александровна** – студентка Сочинского государственного университета (филиала) туризма и курортного дела в г. Нижний Новгород.

**Бардинская Тамара Рудольфовна** – ст. преподаватель Нижегородского архитектурно-строительного университета.

**Башкаев Дмитрий Вячеславович** – ст. преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Башкаева Ольга Анатольевна** – ст. преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Белая Ирина Анатольевна** – кандидат философских наук, доцент кафедры социально-политических наук, руководитель Центра информационных ресурсов.

**Белова Татьяна Викторовна** – заведующая канцелярией Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Беляева Марина Ивановна** – кандидат философских наук, заведующая кафедрой ОГД НФ МГЭИ.

**Богданов Дмитрий Владимирович** – соискатель по кафедре «Философия и социальные науки» Волжской государственной академии водного транспорта (г. Нижний Новгород).

**Богданов Дмитрий Владимирович** – соискатель по кафедре философии и социальных наук ФГОУ ВПО «ВГАВТ».

**Боков Алексей Валерьевич** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Большова Екатерина Геннадьевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Бородин Евгений Олегович** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Будаева Вера Климентьевна** – кандидат педагогических наук, доцент, Восточно-сибирский государственный технологический университет (г. Улан-Удэ).

**Булюбаш Борис Викторович** – кандидат физико-математических наук, доцент Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Вагузова Мария Александровна, Созонова Анастасия Игоревна, Хебнева Екатерина Алексеевна** – студентки Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Варакин Михаил Владимирович** – студент Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Велижанина Анна Олеговна** – кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой «Русский язык и культура речи» Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Винокурова Ирина Александровна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Владимиров Александр Анатольевич** – проф., д.ф.н., зав. кафедрой философии ФГОУ ВПО «ВГАВТ».

**Власов Владислав Игоревич** – студент Выксунского филиала Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Власов Евгений Евгеньевич** – студент 3-го курса Нижегородского государственного технического университета.

**Власова Ольга Сергеевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Волков Илья Евгеньевич** – кандидат философских наук, старший преподаватель, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Волков Кирилл Владимирович** – студент Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Волкова Вера Олеговна** – доктор философских наук, профессор, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Володина Екатерина Владимировна** – ведущий программист Учебно-методического управления и Отдела информационной поддержки учебного процесса Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Володина Ирина Анатольевна** – аспирант, руководитель, тренер-педагог «Студия социальных танцев», г. Нижний Новгород.

**Волынцева Дарья Николаевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Воронин Александр Иванович** – кандидат физико-математических наук, доцент Нижегородской сельскохозяйственной академии.

**Воротилова Оксана Александровна** – инспектор отдела кадров МУП «Водоканал», г. Павлово Нижегородской области.

**Вострухова Ирина Александровна, Емельянова Елена Сергеевна, Каткова Мария Борисовна** – студентки Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова.

**Герасимова Екатерина Александровна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Глебова Н.В.** – кандидат технических наук, доцент, Волго-Вятская академия государственной службы (Нижний Новгород).

**Глумов Виктор Игнатьевич** – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой [гуманитарных и социально-экономических дисциплин](#) Филиала Российского государственного гуманитарного университета в г. Нижнем Новгороде.

**Глухова Татьяна Ивановна** – кандидат философских наук, доцент межфакультетской кафедры гуманитарных дисциплин Нижегородского филиала Университета Российской академии образования.

**Гнездилова Ольга Александровна** – аспирант Сочинского государственного университета туризма и курортного дела в г. Н. Новгород.

**Гненик Марина Евгеньевна** – ст. преподаватель кафедры ИЯ МСС Нижегородский государственный технический университет.

**Голубев Валерий Александрович** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Гончарова Людмила Алексеевна** – ст. преподаватель (Волжский государственный инженерно-педагогический университет).

**Горбунова Надежда Викторовна** – ст. преподаватель кафедры ИЯ МСС Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Горина Елена Евгеньевна** – ассистент кафедры «Социология и социальная работа» Муромского института (филиала) Владимирского государственного университета (г. Муром Владимирской области).

**Городилова Татьяна Сергеевна** – к.ф.н., доцент, Вятский государственный университет.

**Горохов Виталий Константинович** – кандидат химических наук, доцент, член - корр. РАЕН, Исполнительный директор Центра "Экоюрис" (г. Москва).

**Гронский Иван Александрович** – аспирант Нижегородского государственного университета им. Лобачевского.

**Гулина Любовь Олеговна** – ассистент кафедры «Профессиональная педагогика и психология», Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Гурьев М.А., Зайцева М. И., Холмогорова Ю. В.** – студенты Выксунского филиала Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Гурьянова Анастасия Витальевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Гусева Виктория Владимировна** – студентка Нижегородского государственного архитектурно - строительного университета.

**Гущина Екатерина Александровна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Гыбина Мария Николаевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Даричева Мария Вячеславовна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков, Волжский государственный инженерно-педагогический университет.

**Дегтев Дмитрий Михайлович** – ст. преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Добротвор Мария Николаевна** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Долгова Татьяна Васильевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Омского государственного института сервиса

**Дупленко Елена Петровна** – кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой «Иностранные языки» Дзержинский политехнический институт Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Дырин Сергей Петрович** – доктор социологических наук, профессор, ректор НОУ ВПО Институт управления (г. Набережные Челны).

**Дьякова Валентина Георгиевна** – кандидат экономических наук, доцент ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского».

**Евтушенко Сергей Владимирович** – аспирант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Ерофеева Алла Васильевна** – ст. преподаватель, Нижегородский институт Менеджмента и бизнеса.

**Ефремова Марина Владимировна** – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой управления предприятиями туризма Нижегородского коммерческого института.

**Жадейко Марина Николаевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры Тольяттинского Государственного университета.

**Жигалова Надежда Евгеньевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Учет, анализ и аудит» Волжской государственной академии водного транспорта.

**Жилочкина Ирина Сергеевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Забаева Марина Николаевна** – кандидат экономических наук, доцент, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет.

**Заикина Алиса Владимировна** – студентка Омского государственного института сервиса.

**Зайцева Елена Анатольевна** – кандидат экономических наук, доцент, декан факультета коммуникативных технологий, зав. кафедрой «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Засыпкин Сергей Николаевич** – студент Уральского государственного университета им. А.М. Горького.

**Захарова Ирина Сергеевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Захарченко Татьяна Васильевна** – ст. преподаватель кафедры иностранных языков ПЭС, Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Захарычев Александр Владимирович** – студент Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Звездова Мария Юрьевна** – аспирант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Зеленов Михаил Владимирович** – доктор исторических наук, профессор Волго-Вятской академии государственной службы, председатель Нижегородского областного отделения Российского общества историков-архивистов.

**Зимин Андрей Федорович** – аспирант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Зинина Александра Васильевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Зорина Ольга Сергеевна** – преподаватель кафедры иностранных языков ПЭС, Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева,

**Зубков Александр Алексеевич** – доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой истории и документоведения факультета коммуникативных

технологий Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Зубов Дмитрий Владимирович** – старший преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Зыкова Елена Сергеевна** – ведущий специалист Администрации губернатора Нижегородской области.

**Зыртылоглу Екатерина Владимировна** – учитель английского языка СОШ «Школа здоровья» №1605, соискатель, аспирант (Российской академии образования).

**Иванов Денис Сергеевич** – студент Волго-Вятской академии государственной службы (г. Нижний Новгород).

**Иванова Вера Владимировна** – соискатель ННГУ, г. Нижний Новгород.

**Иванова Оксана Валерьевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Илюхина Галина Игоревна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Ипатова Ирина Серафимовна** – кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой языкознания и иностранных языков Приволжского филиала Российской академии правосудия.

**Исмакова Лариса Станиславовна** – ст. преподаватель кафедры иностранных языков ПЭС, Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Кадочкина Светлана Евгеньевна** – ассистент кафедры «Русский язык и культура речи» Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Казакова Валерия Игоревна** – кандидат философских наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Калинина Е.Н.** – кандидат политических наук, доцент СГУТ и КД.

**Калинина Евгения Николаевна** – кандидат политических наук, доцент, филиал Сочинского государственного университета туризма и курортного дела, г. Нижний Новгород.

**Калитвинцева Мария Викторовна** – ст. преподаватель Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Калюжный Анатолий Степанович** – доктор педагогических наук, профессор кафедры «Профессиональная педагогика и психология» Нижегородского государственного педагогического университета.

**Канавская Веста Васильевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Капочкина Наталья Анатольевна** – старший преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Каракозова Екатерина Николаевна** – преподаватель Нижегородского государственного технического университета имени Р. Е. Алексеева, кафедра «Иностранных языков ПЭС».

**Кацухико Кияма** – доктор философии, научный сотрудник Славянского исследовательского центра Университета Хоккайдо, Япония.

**Кириллова Наталья Николаевна** – кандидат педагогических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Кислова Александра Вячеславовна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Кислова Александра Вячеславовна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Коваленко Анатолий Константинович** – директор МОУ "Сахалинский Центр технического творчества".

**Коваленко Константин Анатольевич** – главный специалист-эколог, ООО "Сахалиннипиморнефть".

**Козырьков Владимир Павлович** – доктор социологических наук, профессор, зав.кафедрой «Социология культуры и духовной жизни» Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

**Колганова Ольга Геннадьевна** – ст. преподаватель кафедры ИЯ МСС Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Колесникова Юлия Константиновна** – учитель французского языка, аспирант Российской академии образования, ГОУ СОШ «Школа здоровья» №1605 СЗООУ ДО, г. Москвы.

**Комарова Надежда Ивановна** – старший преподаватель Вятского государственного университета.

**Коптелов Александр Олегович** – кандидат философских наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Корнилова Н.С.** – ст. преподаватель Волго-Вятской академии государственной службы.

**Коробицын Александр Владимирович** – студент АГТУ (г. Архангельск).

**Коровина Евгения Владимировна** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный университет им. Р.Е. Алексеева.

**Корокошко Юлия Владимировна** – кандидат экономических наук, ст. преподаватель кафедры «Маркетинг» Мордовского государственного университета имени Н.П.Огарева (г. Саранск).

**Коротин Данил Владимирович** – аспирант Нижегородского коммерческого института.

**Коршунова Виктория Анатольевна** – студент первого года обучения магистратуры Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Коршунова Лина Александровна** – бакалавр, соискатель кафедры ГИМПД Муромского института Владимирского государственного университета.

**Корюкаева Ксения Сергеевна** – доцент, Нижегородский филиал университет Российской академии образования.

**Корюкаева Ксения Сергеевна** – доцент, Нижегородский филиал университет Российской академии образования.

**Костюкова Ирина Анатольевна** – Волжский государственный инженерно-педагогический университет, кафедра иностранных языков.

**Кочнова Ксения Александровна** – кандидат филологических наук, доцент филиала Сочинского университета туризма и курортного дела в г. Н. Новгорода.

**Краснова Екатерина Вадимовна** – студентка Волго-Вятской академии государственной службы (г. Нижний Новгород).

**Кригер Татьяна Николаевна** – студентка Выксунского филиал Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Крикунова Наталья Гальевна** – ст. преподаватель кафедры иностранных языков 1 (Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет).

**Круглова Екатерина Игоревна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Крылова Анна Владимировна** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный университет им. Р.Е. Алексеева.

**Кубасов Никита Александрович** – аспирант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Кудрявцев Михаил Сергеевич** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Кузнецов Константин Игоревич** – Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Кузнецова Нина Сергеевна** – преподаватель, аспирант, Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева.

**Кузьминов Владислав Геннадьевич** – к.ф.н., доцент, Российский государственный гуманитарный университет, филиал в г. Н. Новгороде.

**Кулагин Евгений Павлович** – доктор технических наук, профессор, филиал Сочинского государственного университета туризма и курортного дела в г. Н. Новгород.

**Кулагина Кира Евгеньевна** – ассистент кафедры «Экономика, финансы и статистика», Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Кулагина Наталья Евгеньевна** – старший тренер Региональной общественной организации «Танцевально-спортивный клуб "Ритм"» (г. Москва).

**Кулагина Татьяна Дмитриевна** – кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой общеобразовательных дисциплин Приволжского филиала Российской академии правосудия.

**Куликова Александра Владимировна** – кандидат социологических наук, доцент, Нижегородский институт менеджмента и бизнеса.

**Куликова Ольга Валентиновна** – аспирант РАО Института содержания и методов преподавания, г. Москва

**Куркин Андрей Александрович** – профессор, доктор физико-математических наук, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Кутуева Людмила Ряшитовна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Кучеренко Евгений Дмитриевич** – студент Архангельского государственного технического университета.



**Лаврова Александра Николаевна** – доктор филологических наук, профессор кафедры ИЯ МСС Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Лакеев Александр Сергеевич** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Лаптина Елена Андреевна** – магистр второго года обучения кафедры «Менеджмент» факультета управления в экономических и социальных системах, ТТИ ЮФУ (г. Таганрог).

**Лапшина Любовь Валерьевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Ласточкин Дмитрий Викторович** – ст. преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Лебедев Владимир Борисович** – кандидат филологических наук, доцент кафедры Нижегородского государственного лингвистического университета

**Лебедева Мария Васильевна** – преподаватель немецкого и английского языков, Автозаводский технический колледж.

**Лебедева Елена Николаевна** – кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой «Иностранные языки ПЭС» Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Леснов Илья Викторович** – ассистент кафедры «Компьютерные технологии в проектировании и производстве», Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Лесохина Татьяна Борисовна** – кандидат педагогических наук, старший научный сотрудник (Российской академии образования), научный руководитель некоммерческого образовательного центра «Билингва».

**Леушина Ирина Владимировна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры ИЯ МСС Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева

**Логинова Екатерина Владимировна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Логунова Екатерина Александровна** – студентка Волго-Вятской академии государственной службы (г. Нижний Новгород).

**Лосев Антон Владимирович** – студент Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Лошкарева Дарья Александровна** – ст. преподаватель кафедры иностранных языков 1 (Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет).

**Лукьянова Анна Андреевна, Грибинюк Нина Васильевна** – студентки Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Лукьянова Ксения Александровна** – ассистент кафедры «Русский язык и культура речи» Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Мазин Александр Леонидович** – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Экономика» НОУ «Нижегородский институт менеджмента и бизнеса».

**Мазина Анна Александровна** – преподаватель кафедры «Управление наукой и инвестициями» факультета государственного и муниципального управления ГОУ ВПО «Государственный Университет – Высшая школа экономики».

**Мазина Мария Ильинична** – кандидат экономических наук, доцент, г. Н. Новгород.

**Макарова Ольга Николаевна** – ассистент Бийский педагогический государственный университет имени В.М. Шукшина.

**Макарычева Ирина Владимировна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, финансы и статистика» Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Макеев Иван Васильевич** – старший преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Максименко Дарья Алексеевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Максимов Сергей Иванович** – доктор юридических наук, профессор Национальной юридической академии Украины им. Ярослава Мудрого, г. Харьков.

**Максимова Дарья Григорьевна** – ассистент кафедры истории и документоведения факультета коммуникативных технологий Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Малахова Наталия Владимировна** – соискатель кандидата философских наук кафедры «Методология, история и философия науки», Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Малышева Евгения Викторовна** – секретарь директора филиала «Нижегородский Теплоэлектропроект».

**Малышева Маргарита Андреевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Мальцев Константин Геннадьевич** – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедры «Методология, история и философии науки» Нижегородского государственного педагогического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Малютин Алексей Валерьевич** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Маляров Тимофей Дмитриевич** – студент Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Маркова Татьяна Владиславовна** – аспирант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Мартынова Елизавета Ивановна** – кандидат педагогических наук, доцент, Кемеровский государственный университет культуры и искусства.

**Масленцева Наталья Юрьевна** – кандидат социологических наук, доцент, зав. кафедрой социальной работы, Российский государственный профессионально-педагогический университет, г. Екатеринбург.

**Маслов Вадим Михайлович** – кандидат философских наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Масько Ирина Николаевна** – студентка Омского государственного института сервиса.

**Махаева Татьяна Владимировна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Михайлова Марина Николаевна** – кандидат педагогических наук, доцент, Псковский государственный политехнический институт.

**Михайлова Татьяна Леонидовна** – кандидат философских наук, доцент кафедры «Методология, история и философии науки» Нижегородского государственного педагогического университета им. Р.Е. Алексеева

**Михайлова Юлия Александровна** – доктор философии, Ph.D. Университет Хитоцубаси, г. Токио, Япония.

**Мордовиченков Николай Васильевич** – доктор экономических наук, профессор, заместитель директора по научной работе филиала Сочинского государственного университета туризма и курортного дела (г. Нижний Новгород).

**Мостовая Виктория Владимировна** – ст. преподаватель английского языка Сочинский государственный университет по туризму и курортному делу.

**Муравьева Екатерина Владимировна** – магистрант Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Муравьева Ю.Н.** – студентка Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Мухина Татьяна Геннадьевна** – кандидат педагогических наук, доцент Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Мясников Александр Сергеевич** – студент Выксунского филиала Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Немировская Евгения Александровна** – студент Выксунского филиала Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Никитин Анатолий Владимирович** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Николаев Алексей Викторович** – студент Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

**Новиков Олег Евгеньевич** – соискатель кафедры МИиФН, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Новиков Станислав Станиславович** – студент Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Новикова Татьяна Евгеньевна** – аспирант кафедры «Тележурналистика» Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

**Новожилова Елена Викторовна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Ножева Инна Ивановна** – учитель информатики высшей категории, МОУ СОШ № 48, Нижний Новгород.

**Носов Владислав Евгеньевич** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Носова Елена Валерьевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Овчарова Т.Н.** – кандидат философских наук, доцент, зав. каф., филиал Сочинского государственного университета туризма и курортного дела.

**Одинокое Владимир Александрович** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Основы экономической теории и права» факультета коммуникативных технологий Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Олонина Анастасия Михайловна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Осипян Александр Леонидович** – кандидат исторических наук, доцент, Краматорский экономико-государственный институт (Украина).

**Павнык Станислав Николаевич** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Панкратова Елена Николаевна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков ПЭС, Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Пелевина Татьяна Александровна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Пепеляева Софья Валерьевна** – аспирант кафедры культурологии ГОУ ВПО «Нижегородский государственный педагогический университет».

**Петров Андрей Александрович** – научный сотрудник сектора криминологии, центра уголовного права и криминологии Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

**Петрова Ольга Сергеевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Пивиков Дмитрий Викторович** – магистр 1-го курса Нижегородского государственного педагогического университета им. Р.Е. Алексеева, экономист ТРЦ "Фантастика" ООО «Директория» (г. Нижний Новгород).

**Покровская Татьяна Юрьевна** – кандидат социологических наук, доцент, Казанский государственный технический университет им. А.Н. Туполева.

**Полукеева Елена Валерьевна** – ст. преподаватель, Волжский государственный инженерно-педагогический университет (г. Нижний Новгород).

**Поляков Валерий Михайлович** – кандидат педагогических наук, доцент, филиал Сочинского государственного университета туризма и курортного дела в г. Нижнем Новгороде.

**Поляков Валерий Михайлович** – кандидат педагогических наук, доцент.

**Поляков Юрий Петрович** – аспирант филиала Сочинского государственного университета туризма и курортного дела в г. Нижний Новгород.

**Попель Александр Александрович** – кандидат психологических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Попков Сергей Рувимович** – ст. преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Попова Вера Владимировна** – ассистент Муромского (филиал) Владимирского государственного университета.

**Поскребышева Татьяна Александр** – преподаватель кафедры ИЯ МСС Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Поташева Екатерина Владимировна** – аспирант кафедры «Возрастная и педагогическая психология» НГПУ.

**Пронина Ольга Андреевна** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Протасова Людмила Анатольевна** – кандидат физико-математических наук, доцент Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Прохорова Марина Вячеславовна** – кандидат социологических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Пугина Ольга Викторовна** – кандидат филологических наук, начальник редакционно-издательского отдела НГТУ им. Р.Е. Алексеева, доцент кафедры СОМиК НГТУ им. Р.Е. Алексеева.

**Пузанкова Элина Викторовна** – специалист УМР управления научными исследованиями Оренбургского государственного института менеджмента.

**Рамазанов Сейфуллах Агаевич** – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Основы экономической теории и права», факультет коммуникативных технологий Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Ремизов Николай Михайлович** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Родин Артём Александрович** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Рождественская Анна Борисовна** – ст. преподаватель кафедры иностранных языков ПЭС, Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Романенко Елена Викторовна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Романов Роман Игоревич** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Романова Варвара Алексеевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Ружникова Ксения Александровна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Рыжак Денис Германович** – кандидат исторических наук, ассистент кафедры истории и документоведения Факультета коммуникативных технологий, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Рябов Дмитрий Сергеевич** – студент 3-го курса Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Савенкова Елена Сергеевна** – кандидат филологических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Савичев Семён Сергеевич** – преподаватель кафедры иностранных языков номер 2, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет.

**Савоськин Антон Федорович** – студент Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Савченко Ирина Александровна** – кандидат психологических наук, доцент, зам. декана факультета коммуникативных технологий по научной и воспитательной работе Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Савчук Василий Павлович** – заместитель начальника Нижегородского высшего военного-инженерного командного училища по воспитательной работе, полковник.

**Савчук Галина Анатольевна** – кандидат социологических наук, доцент, Уральский государственный университет им. А.М. Горького.

**Салтыкова Анна Александровна** – преподаватель кафедры иностранных языков ПЭС, Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Самарова Наталья Владимировна** – студентка Автозаводской высшей школы Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Сарвартдинова Резеда Гарифовна** – ст. преподаватель, Казанский государственный технический университет им. А.Н. Туполева.

**Саркисян Тамара Альбертовна** – ст. преподаватель кафедры иностранных языков 1 Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет).

**Саркисян Юлия Владимировна** – кандидат педагогических наук, доцент, Волго-Вятская академия государственной службы.

**Саяпина Наталья Николаевна** – кандидат экономических наук, доцент, Омский государственный институт сервиса.

**Сбитнева Галина Ивановна** – кандидат педагогических наук, доцент, Кемеровский государственный университет культуры и искусства.

**Святкина Светлана Юрьевна** – аспирантка Нижегородского государственного строительного университета.

**Серебрякова Елена Сергеевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Сидоров Владислав Михайлович** - студент факультета коммуникативных технологий Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева, сотрудник школьного музея МОУ Средней общеобразовательной школы № 97 г. Нижнего Новгорода.

**Сидорова Ирина Михайловна** – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой «Философии, социально-культурных технологий и туризма» Рыбинской государственной авиационной технологической академии им. П.А. Соловьева.

**Скобелева Екатерина Ивановна** – кандидат социологических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Скудалова Юлия Игоревна** – ст. преподаватель кафедры ИЯ МСС, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева

**Слободянюк Ирина Сергеевна** – преподаватель Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского

**Слободянюк Сергей Михайлович** – ст. преподаватель кафедры ИЯ МСС, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Сметанина Наталья Павловна** – кандидат педагогических наук, профессор кафедры языкознания и иностранных языков Приволжского филиала Российской академии правосудия.

**Смирнов Эдуард Андреевич** – ф.э.н., доцент, Государственный университет управления (г. Москва).

**Смирнова Валентина Михайловна** – кандидат технических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Смирнова Екатерина Александровна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Смирнова Елена Вячеславовна** – ст. преподаватель Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Смирнова Надежда Владимировна** – профессор, д. соц.н., Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Смирнова Надежда Владимировна** – профессор кафедры методологии, истории и философии науки Нижегородского государственного педагогического университета им. Р.Е. Алексеева, доктор социологических наук.

**Смирнова Наталья Николаевна** – ст. преподаватель кафедры «Основы экономической теории и права» факультета коммуникативных технологий Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Смурова Эльвира Владимировна** – документовед-техник «Павловский автобус».

**Снедкова Елена Владимировна** – руководитель пресс-службы факультета связей с общественностью и рекламы, ассистент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга, Уральский государственный университет им. А.М. Горького.

**Соколова Наталья Васильевна** – ст. преподаватель кафедры иностранных языков ПЭС Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева,

**Соколова Оксана Николаевна** – ст. преподаватель, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет.

**Солдаткин Олег Борисович** – кандидат технических наук, доцент, директор СОК "Ждановец" Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Солонкин Владислав Леонидович** – студент юридического факультета Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

**Сорокина Олеся Наильевна** – ст. преподаватель кафедры ИЯ МСС Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева

**Сорокоумова Светлана Николаевна** – кандидат психологических наук, доцент Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Спиридонова Любовь Ивановна** – ст. преподаватель кафедры иностранных языков ПЭС, Нижегородского государственного технического университета им Р.Е. Алексеева,

**Старикова Нина Владимировна** – кандидат исторических наук, доцент, заместитель декана исторического факультета Нижегородского государственного педагогического университета.

**Степанова Марина Петровна** – ассистент Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского.

**Столбов Павел Валерьевич** – ст. преподаватель кафедры математики Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета

**Струнина Елена Николаевна** – кандидат философских наук, доцент, филиал Сочинского государственного университета туризма и курортного дела в г. Н.Новгороде.

**Стукаленко Елена Николаевна** – студентка Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Суслопаров Павел Алексеевич** – магистрант Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Сысорова Оксана Юрьевна** – ст. преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Сюндюков Роман Вадимович** – студент Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Тарасенко Веста Петровна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Тарасова Ксения Аркадьевна** – аспирант кафедры всемирной литературы НГПУ.

**Тезиков Владимир Иванович** – доцент кафедры иностранных языков ПЭС, Нижегородского государственного технического университета им Р.Е. Алексеева.

**Темлякова Алина Сергеевна** – студентка экономического факультета Уральского государственного университета им. А.М. Горького.

**Терёхин Андрей Вячеславович** – кандидат филологических наук, доцент кафедры, заведующий кафедрой иностранных языков филиал Сочинского государственного университета туризма и курортного дела в г. Нижний Новгород.

**Тихонов Юрий Ремирович** – ст. преподаватель Московского университета потребительской кооперации.

**Тихонова Эльвира Александровна** – ст. преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Ткачёва Анастасия Владимировна** – студентка филиала Сочинского государственного университета туризма и курортного дела в г. Нижний Новгород.



**Томазер Франц** (Deutschland, Zentrale für Auslandsschulwesen) – преподаватель гимназии № 1 Н. Новгорода, куратор подготовки к сдаче международного экзамена DSD.

**Травина Лилия Андреевна** – учащаяся гимназии № 67 г. Нижнего Новгорода.

**Трофимова Любовь Ивановна** – кандидат философских наук, доцент, Волжский государственный инженерно-педагогический университет.

**Трофимчук Александр Григорьевич** – кандидат педагогических наук, доцент, соискатель-докторант Южно-российского государственного технического университета (г. Новочеркасск).

**Трухинова Ольга Леонидовна** – ст. преподаватель кафедры «Учет, анализ и аудит» Волжской государственной академии водного транспорта.

**Туркова Людмила Николаевна** – ст. преподаватель кафедры ИЯ МСС, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Угодчикова Наталья Федоровна** – зав. кафедры иностранных языков 1, профессор Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Уильям Динти Миллер** – исполнительный вице-президент компании "Бритиш Петролеум", отдел "ВР- Восток", Британия.

**Усио Маеда** – профессор Университета Цукубо, Япония.

**Усков Алексей Владимирович** – зав. лабораторией практической бухгалтерии ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского».

**Усягин Андрей Владимирович** – доктор политических наук, профессор Волго-Вятской академии государственной службы.

**Усягин Андрей Владимирович** – доктор политических наук, профессор, Волго-Вятская академия государственной службы, г. Нижний Новгород

**Фатенков Алексей Николаевич** – и.о. заведующего кафедрой философской антропологии факультета социальных наук Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, доктор философских наук.

**Федосеева Наталья Николаевна** – ст. преподаватель кафедры «Государственные и международно-правовые дисциплины» Муромского института Владимирского государственного университета.

**Федосеева Наталья Николаевна** – ст. преподаватель, Владимирский государственный университет.

**Федулова Юлия Сергеевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Фетисов Владимир Дмитриевич** – доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы» ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского».

**Фетисова Татьяна Владимировна** – кандидат экономических наук, доцент ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского».

**Филатова Валентина Вячеславовна** – кандидат филологических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Филимонова Елена Владимировна** – ст. преподаватель, Владимирский государственный университет.

**Фортулатова Вера Алексеевна** – заведующая кафедрой культурологии Нижегородского государственного педагогического университета, доктор филологических наук, профессор.

**Хитева Галина Николаевна** – ст. преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Храмцова Ольга Владиславовна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Храмцова Ольга Владиславовна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Худякова Ольга Александровна** – кандидат социологических наук, замдекана факультета коммуникативных технологий Нижегородского государственного университета им. Р.Е. Алексеева.

**Худякова Ольга Александровна** – кандидат социологических наук, зам. декана факультета коммуникативных технологий по дополнительным формам образования Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Хусяинова Юлия Наилевна** – ст. преподаватель, Сочинский государственный университет туризма и курортного дела, Нижегородский филиал.

**Цветкова Елена Александровна** – кандидат философских наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Цветкова Лидия Ивановна** – ст. преподаватель кафедры ИЯ МСС, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева

**Цветкова Светлана Евгеньевна** – кандидат педагогических наук, доцент, Волжский государственный инженерно-педагогический университет, г. Нижний Новгород.

**Чайковская Наталья Александровна** – кандидат психологических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Чайковский Александр Евгеньевич** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Чебурков Александр Сергеевич** – студент Выксунского филиала Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Черненко Дмитрий Анатольевич** – кандидат исторических наук, доцент, Вологодский государственный педагогический университет.

**Чернявский Александр Дмитриевич** – кандидат физико-математических наук, доцент, Нижегородский институт менеджмента и бизнеса.

**Чеченков Павел Валерьевич** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Чеченков Павел Валерьевич** – кандидат исторических наук, доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Чиркунов Кирилл Михайлович** – ст. преподаватель кафедры иностранных языков ПЭС, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Чихарева Ирина Александровна** – студентка Нижегородского филиала Московского института экономики, менеджмента и права, экономический факультет.

**Чупрова Марина Игнатьевна** – учитель Усть-Цилемской средней общеобразовательной школы (Республика Коми).

**Чупрова Марина Игнатьевна** – учитель Усть-Цилемской средней общеобразовательной школы (Республика Коми).

**Шапкина Юлия Викторовна** – студентка 3-го курса Нижегородского государственного технического университета.

**Шарина Лидия Геннадьевна** – ст. преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Шатохина Вера Алексеевна** – психолог ГУ «ОКЦСОН» (Н. Новгород).

**Швецов Алексей Александрович** – ст. преподаватель кафедры ИЯ МСС, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Шелеп Игорь Александрович** – старший преподаватель, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Шередекина Оксана Анатольевна** – преподаватель Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского

**Шестакова Елена Федоровна** – ст. преподаватель кафедры «Основы экономической теории и права» факультета коммуникативных технологий Нижегородского государственного технического университета.

**Шестакова Лариса Анатольевна** – доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой «Профессиональная педагогика и психология» Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Шетулова Елена Дмитриевна** – к.ф.н., доцент, Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Шетулова Татьяна Гавриловна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры ИЯ МСС Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева.

**Шилкина Ирина Геннадьевна** – кандидат педагогических наук, доцент (Волжский государственный инженерно-педагогический университет)

**Шишкина Инна Сергеевна** – преподаватель кафедры иностранных языков, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет.

**Шкунова Валентина Константиновна** – кандидат педагогических наук, доцент, Волжский государственный инженерно-педагогический университет.

**Штыкова Наталья Николаевна** – доцент кафедры ГИМПД Муромского института Владимирского государственного университета.

**Шуваева Н.Ю.** – кандидат педагогических наук, доцент Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Щербакова Елена Евгеньевна** – доктор педагогических наук, профессор Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.

**Щербалёв Денис Михайлович** – соискатель Сочинского государственного университета туризма и курортного дела, менеджер-эксперт ТД "Измайлов".

**Щукина Татьяна Юрьевна** – студентка Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Яковлева Галина Николаевна** – ассистент кафедры «Основы экономической теории и права» факультета коммуникативных технологий Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

**Яковлева Наталья Николаевна** – ведущий инженер, преподаватель Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева.

# **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

***Материалы первой международной  
научно-практической конференции***

Редакторы: О.В. Пугина, Н.Н. Максимова  
Технический редактор Т.П. Новикова

Подписано в печать 05.05.2010. Формат 60 x 84 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>.  
Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 86,5.  
Уч.-изд. л. 63. Тираж 350 экз. Заказ

---

Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е.  
Алексеева.

Типография НГТУ.

Адрес университета и полиграфического предприятия:  
603950, Нижний Новгород, ул. Минина, 24.