

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тюменский государственный институт культуры»

**ВЕСТНИК  
ТЮМЕНСКОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ИНСТИТУТА  
КУЛЬТУРЫ**

**02 (04) / 2015**

**Тюмень  
2015**

---

**ВЕСТНИК  
ТЮМЕНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ИНСТИТУТА КУЛЬТУРЫ**

*Научный журнал*

**02 (04) / 2015**

**Учредитель**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Тюменский государственный институт культуры»**

Главный редактор *Шишкин Игорь Геннадьевич*

Зам. главного редактора *Ивачев Игорь Владимирович*

Ответственный редактор *Литкевич Юлия Валерьевна*

**Адрес редакции:**

625003, Российская Федерация, г. Тюмень, ул. Республики, д. 19, к. 303.

Тел./факс: (3452) 29-70-84, 29-70-49;

e-mail: nauka\_tgaki@mail.ru; vestniktgakiist@mail.ru

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тюменский государственный институт культуры»

**СОЦИУМ. КУЛЬТУРА.  
ЛИЧНОСТЬ. ДОСУГ:  
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ  
И ИННОВАЦИИ  
РЕГИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ**

**Материалы  
VI Международной  
научно-практической  
конференции**

*19–21 ноября 2015 года*

Тюмень  
2015

УДК 316.74:37  
ББК 60.6 +71.0

С 69      **Социум. Культура. Личность. Досуг : социокультурные традиции и инновации региональной культуры** : материалы VI Международной научно-практической конференции, 19–21 ноября 2015 г. / науч. ред. Е. М. Акулич. — Тюмень : РИЦ ТГИК, 2015. — 260 с.

В сборник статей вошли материалы VI Международной научно-практической конференции «Социум. Культура. Личность. Досуг: социокультурные традиции и инновации региональной культуры». Авторами статей являются ученые, преподаватели вузов, аспиранты и студенты, школьные учителя, работники учреждений культуры.

Материалы сборника адресованы руководителям и специалистам учреждений культуры, образования, науки, ученым и преподавателям, студентам вузов, учебных заведений, школ, представителям общественных формирований, историкам, работникам социально-культурной сферы.

*Научный редактор:*

**Е.М. Акулич**, доктор социологических наук, профессор

*Редакционная коллегия:*

Е.М. Акулич,  
Л.Г. Скульмовская,  
А.Ю. Лосинская,  
А.В. Македон

© Тюменский государственный институт культуры, 2015.

© Е.М. Акулич (науч. ред.), 2015.

---



## **ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ**

## ХОББИ КАК САМОДОСТАТОЧНОСТЬ ГРАЖДАН В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ В ОБЩЕСТВЕ

*Е.М. Акулич*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** В статье рассматривается содержание любительского творчества и хобби, возможности превращения хобби человека в профессиональную деятельность для сохранения его самодостаточности в условиях нестабильности в обществе.

**Abstract.** The article considers content of Amateur creativity and Hobbies, the possibilities of turning a hobby a professional career to preserve his social status.

**Ключевые слова:** досуг, любительская деятельность, хобби, профессиональная деятельность, социальный статус, самодостаточность.

**Keywords:** leisure, recreational activities, Hobbies, professional activity, social status, self-sufficiency.

Стремление человека реализовать свои духовные, эстетические, коммуникативные и другие потребности наиболее полно проявляется в досуговой деятельности — непрофессиональной творческой деятельности индивида или сообщества в свободное от работы или учебы время.

Досуг, являясь социальной необходимостью, всегда выступает в контексте реализации интересов и потребностей личности, связанных с рекреацией, общением, самореализацией, оздоровлением, творчеством и т.п., что невозможно в полной мере в деловой сфере, домашнем хозяйстве, на фоне повседневных забот. Вот почему организовать и реализовать свое свободное время с максимальной разумностью и пользой — требование нашего общества к индивиду, которое всегда было актуальным.

Наиболее высокий уровень досуговой деятельности, как мы считаем, достигается в любительстве — определенном виде социально-культурной деятельности, в которой человек реализуется как творческая личность за пределами своей профессии.

В толковых словарях русского языка слово «любительство» трактуется как «отношение к чему-нибудь, свойственное любителю». А любитель — «человек, имеющий склонность, пристрастие к чему-либо; тот, кто занимается чем-нибудь в свободное от работы время, не как профессионал» [1, с. 324]; «охотник до чего, любящий что» [2, с. 282].

Под термином «любительство» мы понимаем такое состояние деятельности человека, когда он стремится к объекту своего интереса, творческого преобразования, проявляя инициативу в достижении конкретной цели. Любительство — это своеобразный уход человека от однообразия жизненных реалий в ту сферу, которая не затронута основным видом его жизнедеятельности и в которой происходит восстановление баланса между напряжением и рекреацией посредством любимого занятия. Именно любительская деятельность ориентирована на активное свободное творческое созидание, в котором реализуется универсальность личности.

Несомненно, и профессионал испытывает в своей работе творческое наслаждение, но оно становится сопутствующим фактором созидания, тогда как для любителя данный фактор — определяющий, вследствие этого любительство часто перерастает в профессиональные знания и умения.

Содержанием любительского творчества могут быть занятия различными видами искусства и спорта, техническое конструирование, кино- и видеосъемки, цветоводство, садоводство, рукоделие, коллекционирование, туризм, компьютерные игры и другие всевозможные интересы и увлечения.

Конкретные виды любительской деятельности обычно называются хобби. Существует несколько толкований значения слова «хобби». Так, в словарях иностранных слов хобби в переводе с английского («hobby») означает «увлечение, любимое занятие человека для себя, на досуге» [3, с. 727].

В «Словаре синонимов русского языка» лексическое разнообразие достигается русскими аналогами слова «хобби»: «увлечение», «страсть», «конек» (разг.) [5, с. 586].

В результате сравнения определений «хобби» мы отметили, что в «Словаре иностранных слов» в значение «хобби» включены важные уточнения: «для себя», «для души» [3, с. 324], которые позволяют определить хобби как инициативу, направленную на активное творческое преобразование окружающей среды, выполняющее следующие жизненно важные потребности человека, в том числе: духовные, познавательные, психологические, эмоциональные, творческие, коммуникативные, физические, материальные, семейные, политические, религиозные.

Выбор видов досуговой деятельности индивидуален и зависит от интересов и потребностей, связанных с самовыражением и самореализацией личности.

Все виды хобби представляют собой феномен, положительно влияющий на социальную и культурную сферы жизни, способствующий интеграции людей, развитию и поддержанию их коммуникативных связей, которые приводят к образованию любительских объединений, кружков и клубов по интересам, инициативных клубов.

В условиях нестабильности в обществе хобби становится основной профессиональной деятельностью многих людей, показателем его самодостаточности. Как показывают исследования Института социологии РАН, 45% российских граждан ощущают свою самодостаточность в сегодняшних российских условиях, а 55% относят себя к группе зависимых респондентов. «Самодостаточные» граждане рассчитывают на собственные силы, и считают главным для себя — инициативу, предприимчивость, и обладание собственным делом, что, по их мнению, делает человека свободным (78% опрошенных) [4]. По данным других социологических исследований, в Российской Федерации до 30% работающих — это работники с временной деятельностью, до 25% — работники с неполной занятостью. До 10% людей заняты сезонной или эпизодической деятельностью, еще 10% относят себя к людям свободных профессий.

Временная работа у значительного числа россиян становится постоянной деятельностью. что создает проблемы с гарантированным доходом, с предоставлением социальных гарантий.

Если учесть, что до 50% специалистов в 2013 году не могли устроиться по профессии, острым для многих людей становится вопрос о необходимости поиска работы, способной дать человеку как устойчивую финансовую стабильность, так и удовлетворение от собственного труда. И хобби во многом способно открыть ранее неизвестные возможности личности, в том числе через организацию инди-

видуального предприятия, гарантирующего самозанятость. Так, в Тюменской области, в последние годы широко развиваются народные промыслы, растет число мастеров, занимающихся разными видами ремесел, в том числе: художественной обработкой кости, ковроткачеством, резьбой по дереву, вышивкой, вязанием, лоскутным шитьем, работой с берестой, с природным материалом, ручным ткачеством, художественной росписью, керамикой, коженным делом, народной игрушкой и т.д. Почти две тысячи людей превратили хобби в постоянный вид работы, приносящий доход и удовольствие. Среди них немало людей с профессиями педагогов, работников творческого труда, сферы обслуживания. Как показывает опрос, проведенный Тюменским институтом культуры в 2014 году, 90% опрошенных людей, превративших свое хобби в профессиональную деятельность, отмечают удовлетворенность своим новым социальным статусом [6].

Спектр увлечений и деятельности людей достаточно широк, и задача соответствующих организаций и структур — способствовать адаптации людей в условиях новых социальных вызовов. Инициатива творческой деятельности, проявляющаяся в хобби и превращающаяся в профессиональную работу, должна сопровождаться организационным и социально-культурным обеспечением этой деятельности, поиском таких управленческих решений, которые будут способствовать социализации и инкультурации включающихся в новую профессиональную деятельность на основе хобби индивидов, и охотно воспринимающих свою самодостаточность, в которой есть жизненные цели, главная из которых — быть полезным обществу.

#### *Литература*

1. Ожегов, С.И. Словарь русского языка [текст] / С.И. Ожегов. — 6-е изд. — М.: Сов. энциклопедия, 1964. — 900 с.
2. Даль, В. Толковый словарь живого великорусского языка [текст] / В. Даль. — М.: Русский язык, 1978. — Т. 2. — 1082 с.
3. Словарь иностранных слов [текст]: 9-е изд., испр. — М.: Русский язык, 1982. — 607 с.
4. «Самодостаточные россияне». Кто они? Как живут? К чему стремятся? // Материалы социологического исследования РАН. — Москва, 2015.
5. Словарь синонимов русского языка [текст]: в 2 т. / под ред. Т.Н. Поповцева, М.Н. Судоплатова. — Л.: Наука, 1971. — Т. 2: о-я. — 855 с.
6. Хобби как профессия // Материалы социологического опроса ТГАКИСТ. — Тюмень, 2014.

## СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА СИБИРЯКОВ

*В.А. Воронова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В статье рассматривается генезис понятия менталитет, распространенные точки зрения на данный феномен, история формирования сибирского регионального менталитета и его особенности. Выявленные основные черты сибиряка интегрировали национальное и территориальное (земляческое) самосознание, связывали людей общей исторической судьбой, территорией и проблемами выживания.*

**Abstract.** *The article examines the genesis of the concept of mentality, common points of view on this phenomenon, the history of formation of the Siberian regional*



*mentality and its features. It identified the main features of the Siberian integrated national and territorial (Compatriot) identity, linked by a common historical destiny of people, territory and problems of survival.*

Генезис понятия «менталитет» можно представить и обосновать, руководствуясь различными императивами. В отечественной литературе понятие «менталитет» соотносится в основном с ориентацией на зарубежные источники и исследования зарубежных ученых. Слово *mentalite* считается непереводаемым на другие языки (хотя в английском есть слово *mentality*, а в немецком *Mentalitat*). Его трудно перевести однозначно. Это — и «умонастроение», и «мыслительные установки», и «коллективные представления», и «воображение», и «склад ума», «мироощущение», «мирочувствие», и связано с именами ученых-анналистов. В этом же ключе приводится определения менталитета в современном американском словаре, где данное понятие определяется как сущность интеллектуальных способностей и одаренности человека; направленность или состояние разума, состояние памяти человека.

В научный оборот слово «менталитет» было введено в кружке Э. Дюркгейма, имея ввиду религиозную ментальность, а затем в его журнале появилась рубрика «Групповая ментальность». Э. Дюркгейм под менталитетом понимал «Коллективное бессознательное». Термин «менталитет» впервые использовал в 1906 году французский этнограф и социолог Марсель Мосс, племянник и ученик Э. Дюркгейма как синоним понятия «образ мыслей». Основатели журнала «Анналы» Л.Февр и М.Блок использовали данный термин при изучении различных социально-культурных феноменов, как отражение «коллективного неосознанного», обращаясь именно к массовым явлениям, например, массовых умонастроений, образа мыслей и чувств, ментальности — «духа времени», а не только идей отдельных индивидуумов [1, с. 227]. Во французской литературе различаются особенности проявления менталитета, который по сути дела отождествляется с такими понятиями, как «воображаемое», «чувствительное», «символическое» и даже «система ценностей» и «идеология». Исследователи ментальных феноменов дают весьма неоднозначные определения: «представления», «неосознанное», «установки», «поведение».

Психологи в последние годы проявляют немалый интерес к феномену менталитета, в том числе к эмпирическим исследованиям его характеристик. Психологи были одними из первых, кто усмотрел в менталитете научную категорию, однако немногие из них решаются на определение дефиниции. В этой связи стоит отметить работы К.А. Абульхановой, А.В. Брушлинского, Л.М. Смирнова, И.Г. Дубова. По мнению Дубова, «менталитет — это некая интегральная характеристика людей, живущих в конкретной культуре, которая позволяет описать своеобразие видения этими людьми окружающего мира и объяснить специфику их реагирования на него». На первый план, таким образом, выступает рефлексия человека на внешнюю действительность, оригинальность восприятия этой действительности через призму соответствующей культурной среды [6].

Историческая психология сибирского социума формировалась на протяжении длительного времени. Сибирь — не просто часть страны, «регион» — это край, который со времени его присоединения к России (конец XVI века) стал, с одной стороны, самой отдаленной окраиной, с другой — огромной ее частью, ибо о величине этой территории можно говорить не просто в каком-то локальном, но — в континентальном масштабе [7]. Условия и факторы, влиявшие на содержание и характерные черты этого явления, которые идентичны понятию «менталитет», были во многом сходны, многоплановы: колонизация русским этносом тер-

ритории Сибири, формы их освоения — аграрная, промышленная, урбанистская, военно-административная или правительственная, церковная с преобладанием аграрной; правительственная политика в отношении различных сословий преобладающего в Сибири русского этноса, а внутри него — крестьян государственных (казенных); взаимоотношения крестьян с центральной и местной властями, с законом, церковью, с общиной, с местным, аборигенным населением [5].

Теории о возникновении на окраинах страны своеобразных региональных этнокультурных групп великорусского народа в результате обособления, смешения переселенцев с местными народами в ходе русской колонизации XI–XVIII веков были выдвинуты еще в XIX веке, в частности, сибирскими исследователями Г.Н. Потаниным, Н.М. Ядринцевым и др. Историк А.П. Щапов предложил свою теорию возникновения к востоку от Урала «европейско-сибирского великорусского инородческого типа», отличавшегося, по его мнению, от прочего населения империи своекорыстием, «холодно-рассудочной расчетливостью», изворотливостью и грубостью нравов [3]. В современной литературе нет единого взгляда на эту проблему, сохраняется элемент дискуссионности. Так, например, историк Н.А. Миненко утверждает, что «нет оснований говорить о формировании региональной историко-культурной общности русских» в Сибири [2]. Д.В. Гаврилов пишет: «Есть, вероятно, нечто общее в этом народе вообще, в традициях крестьянства, казачества, татаро-башкирского, старообрядцев и купечества. Однако, учитывая большой процент приезжих, вряд ли население региона сцементировалось в некую относительно единую культурно-психологическую общность» [2].

Другие исследователи, в частности этнограф Н.Г. Чагин, объединяющий этнонациональные особенности двух сопредельных регионов Урала и Сибири, полагают, что на этой территории в русской среде «шли консолидационные процессы, завершившиеся образованием компактной и зрелой в этническом отношении группы населения» [2].

Знакомясь с результатами исследования Н.В. Сверкуновой, напрашивается вывод, что сами сибиряки отчетливо осознают себя идентичными, относят к особому «сибирскому типу». Это люди четко ориентированного «сибирского» поведения, «сибирского» характера.

При культурологическом подходе к анализу этого вопроса становится очевидным, что появление особого типа личности, детерминированного особенностями природно-ландшафтного, историко-социального, производственно-хозяйственного, социокультурного развития конкретной территории, является одним из определяющих условий и результатов формирования региональной культуры. При этом региональный тип имеет как антропологические изменения (А.И. Лазарев говорил о формировании «полуазиатской-полуевропейской» внешности типичного «урало-сибиряка», по преимуществу русого, «но с темными глазами и приподнятыми скулами»), так и изменения внутренних качеств личности — формируется особый, локальный менталитет. В этом смысле существует определенный типологический ряд, где самоощущение человека передается через его принадлежность к определенной территориальной целостности: москвич, петербуржец, помор, донской казак, уралец, сибиряк, северянин и т.д.

Многовековой процесс формирования субэтносов на территории Сибири сопровождался образованием локального менталитета сибиряка. Культура в этом процессе выступала в качестве специфического адаптивного механизма. Адаптация в новых условиях ландшафтного, климатического, экономического, социального бытия потребовала выработки у «засельщиков» региона новых приспособительных сте-

реотипов, новой системы ценностей, соответствующего мышления и, конечно, заставила осознать себя как новое сообщество в рамках российского суперэтноса. На определенном историческом этапе жители-переселенцы пришли к ощущению общности, объединенные не только территорией, принципами хозяйствования, но и единством судьбы и характера. На наш взгляд, формирование локального менталитета Сибири можно рассматривать как проявление закона образования интегрирующего свойства системы Ф.А. Селиванова, т.е. возникновение нового качества у синтеза элементов, ни один из которых подобного качества не имел [8].

Современной наукой в число актуальных концептов культурологии вводится категория регионального менталитета. Необходимость этого диктуется возможностью преодоления многих противоречий, возникающих при характеристике этноисторического процесса самоидентификации региона, в котором целостны и неотделимы все планы духовно-символического бытия человека, преломляемые в реальном пространстве региональной культуры. Специалистами отмечается функциональность и универсальность регионального менталитета. Именно региональный менталитет является общим фундаментом социокультурных процессов на локальном уровне [10].

На территории изучаемого региона мы имеем дело с межкультурным диалогом в ценностно-смысловом пространстве культуры. Здесь смешались ментальности народонаселения исламской Волжской Булгарии и Золотой Орды, языческих народов Севера, православных «великорусов», старообрядцев, «малороссов», а также немецких и польских протестантов и католиков, «безбожников» — беглых и т.д. Доминанты региональной ментальности «прорастают» через вековые пласты истории и культурных трансформаций и сохраняют свое значение и смысл в нормативно-ценностном пространстве современной культуры региона [9].

Менталитет сибирского крестьянства — это огромный пласт их взглядов, воззрений на окружающий их мир, чаяний, надежд, идеалов. Наиболее важными чертами мировоззрения сибирских крестьян следует считать стремление свободно распоряжаться своей личностью, землей, хозяйством, результатами своего труда, выбирать место жительства, передвигаться по территории своего Отечества, уважение к природе, к труду, к человеку, к семье, к детям, к людям преклонного возраста [5].

Культурные универсалии регионального менталитета определили формирование своеобразной целостности — особого «сибирского» характера. Среди его черт можно назвать: невозмутимое спокойствие и долгое терпение в отношении тягот жизни; сдержанность, доходящая до суровости; выносливость; общинная взаимовыручка и взаимопомощь, «чувство локтя» и коллективизм; трудолюбие; религиозное «нестяжательство»; особая приверженность старине и традициям, консервативность взглядов; характерная сметливость, решительность, способность к самостоятельным решениям; свободолюбие; рвение за свое дело, готовность к трудовому подвигу; патриотизм, готовность служить Отечеству «верой и правдой», «не жалея живота своего»; осмысление благополучия своей судьбы только в контексте благополучия своей Родины и т.д. Выявленные основные черты сибиряка интегрировали национальное и территориальное (земляческое) самосознание, связывали людей общей исторической судьбой, территорией и проблемами выживания. Регион стал пространством, где время преобразило этнические, религиозные и культурные константы, а сложившееся единое региональное сознание превратилось в консолидирующее начало жизни края, надежную основу взаимопонимания и равенства всех живущих здесь [4].

В процессе индустриализации, глобализации и освоения энергетических ресурсов Тюменского Севера происходит интеграция быта малочисленных коренных народов севера и переселенцев. Как уже отмечалось ранее, природные климатические условия и географическое расположение региона существенное влияют на характер менталитета. Происходит, по сути дела, становление новой региональной культуры, которая, в перспективе, должна стать доминирующей на всем пространстве Тюменского Севера, культуры, в которой природная и экономическаясообразность эволюционируют к гармоничному синтезу.

По отношению к единому пространству русской (российской) культуры региональная культура выступает самостоятельным явлением, типологически характеризуемым целым рядом признаков. Культурологического анализа данной проблемы посвящена разработка И.Я. Мурзиной. Как указывает исследователь, особенность и специфичность региональной культуры заключается в характере ее бытийного становления. Особую роль в процессе индивидуализации региона и выделение из недр материнской (национальной) культуры его самодостаточного образа играет самосознание регионального социума, идентифицирующего себя с конкретной физико-географической, историко-культурной средой. Применение термина «региональный менталитет» дает возможность объединить понятия «идентичности» и «самосознания», избежав тавтологии и, одновременно, сфокусировав внимание на их внутренней общности.

#### *Библиографический список*

1. Блок, М. Феодальное общество [Текст] / М. Блок. — Москва: им. Сабашниковых, 2003. — 329 с.
2. Гаврилов, Д. В. Горнозаводской Урал XVII—XX веков: избр. тр. [Текст] / Д.В. Гаврилов — Екатеринбург: БУР, 2005. — С. 77.
3. Ермачкова, Е. П. Сравнительный анализ образа сибиряка и уральца в зеркале прессы [Текст] / Е.П. Ермачкова // Четвертые Татищевские чтения: тез. докл. и сообщений — Екатеринбург: БУР, 2002. — С. 54.
4. Казакова, Г. М. Культурные универсалии регионального менталитета [Текст] / Г.М. Казакова // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология — Москва: Издание № 3. — 2007. — С. 45—53.
5. Мурзина, И.Я. Феномен региональной культуры: Бытие и самосознание: диссертация на соискание ученой степени доктора культурологических наук: 24.00.01 [Текст] / И.Я. Мурзина. — Екатеринбург, СГУ, 2003. — 237 с.
6. Пушкарев, Л.Н. Классификация русских письменных источников по отечественной истории: монография [Текст] / Л.Н. Пушкарев. — Москва: Наука, 1975. — 282 с.
7. Сверкунова, Н.В. Феномен сибиряка [ Электронный ресурс] / Н.В. Сверкунова. — Режим доступа: [http://ecsocman.hse.ru/data/604/587/1231/14\\_Sverkunova.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/604/587/1231/14_Sverkunova.pdf) (дата обращения 11.10.2015).
8. Селиванов, Ф.А. Диалектика и ее альтернативы: учеб. пособие [Текст] / Ф.А. Селиванов. — 3-е издание. — Тюмень: Издательство Тюменского государственного института искусств и культуры, 2003. — 147с.
9. Трубина Е. Г. Размышление о регионе как воплощении советской цивилизации и культуры в контексте реформ [Текст] / Е.Г. Трубина // Регион: политика — культура — образование. — Екатеринбург, БУР, 1994. — С. 73—92.
10. Южалина, Н. С. Региональный менталитет как культурологическая категория [Текст] / Н.С. Южалина // Первый Российский культурологический конгресс: тез. докл. — Санкт-Петербург, 2006. — С. 275.

## АНАЛИЗ РЕЛИГИОЗНОГО МЫШЛЕНИЯ С ПОЗИЦИИ НАТУРОЦЕНТРИЗМА

*А.В. Горелов*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В данной статье рассматриваются религиозные формы мышления как часть когнитивной системы человека. Также в статье представлены возможные функции религии в обществе.*

**Abstract.** *This article discusses how religious thought as part of a human's cognitive system. Shows possible causes of religious thought and its social functions.*

Очевидно, что абсолютно в каждой культуре есть религиозные представления. Так же, несомненно, и то, что в них есть определенные идеологические различия. Но все же: религиозные представления являются лишь совокупностью одинаковых мемов, которые только растасованы в различных религиях по-разному. Также у них есть и общие материальные причины.

«Если принять во внимание то обстоятельство, что во все времена и у всех народов основные потребности человека, по существу, ничем не отличаются, а средства, к которым в разные эпохи люди прибегали для их удовлетворения, весьма различны, мы вынуждены будем сделать вывод о том, что в общем и целом поступательное движение человеческой мысли, насколько мы можем составить себе представление о нем, шло от магии через религии к науке» [37, с. 930–931].

Даная цитата — из великого труда Д.Д. Фрэзера «Золотая ветвь», где английский антрополог рассматривал первобытные культы на основе эмпирического изучения. По мысли ученого, процесс развития познания происходил следующим путем: от магии к религии, затем, в итоге, к науке.

Несмотря на то, что в цивилизованных странах магические обряды не сохранились, отголоски тех времен все же остаются. Даже той же науке, как и магии, присуща убежденность в некоторой упорядоченности мира. *Однако в повседневных делах наши суеверия связаны, в основном, с логическими ошибками: post hoc ergo propter hoc — после этого — значит, из-за этого; и cum hoc ergo propter hoc — с этим — значит, из-за этого. Обе, как можно заметить, являются ошибками в приписывании причинно-следственной связи, однако в них до сих пор отражается наш древний магический опыт, который закрепился, и стал a posteriori.*

*Таким образом, за каждым видом самотрансценденции (склонности к мистическим переживаниям) стоит своя логическая ошибка. И в целом, чем более упорядочено и логически последовательно человек мыслит, тем меньше у него склонность к различного рода верованиям.* Примером будет являться тот факт, что подавляющее число физиков и биологов являются убежденными атеистами. У физиков это связано, в первую очередь, с усиленной математизацией физики, а также с успехами в изучении как макро-, так и микромира. У биологов же атеизм связан с положениями теории эволюции.

Так же, в частных случаях, причиной мистических переживаний может служить апофения — переживание, заключающееся в способности видеть структуру и взаимосвязи там, где их объективно не существует.

Однако, если магия в своих формах практически исчезла (по крайней мере в цивилизованных странах), то религия остается, и является важнейшим институтом

культуры. Возможный ответ здесь может дать Р. Докинз, который считал, что религиозные культы давно не выполняют свою прямую функцию, но выполняют какую-то другую, какую — вопрос. Сам британский этолог считал, что *религия суть побочный эффект инстинкта подчинения детей взрослым, который через мамы, подобно вирусу, чрезмерно расплодился в человеческой культуре*. «Дети, в принципе, могут и на собственном опыте могут убедиться, что не следует слишком близко подходить к краю обрыва, есть незнакомые красные ягоды, плавать в кишашей крокодилами реке. Но, очевидно, что больший шанс на выживание будет у ребенка, мозг которого автоматически, как у мотылька, подчиняется правилу: беспрекословно верь тому, что говорят старшие» [5, с. 222].

В подтверждение данной цитате мы представим эксперимент, проведенный венгерскими психологами. В основе их исследования лежала гипотеза, что сознание детей направлено на извлечение информации о мире, путем наблюдения за взрослыми. Дабы проверить гипотезу, психологи провели три серии экспериментов с детьми в возрасте 8–12 месяцев. В первом эксперименте психолог, проводивший эксперимент, улыбалась и махала ребенку, а затем прятала игрушку под колпачок А (четырежды), либо под колпачок Б (трижды), спустя четыре секунды экспериментатор пододвигал поднос с колпачками. В случае, если ребенок в течение 20 секунд не выбирал ни одного, эксперимент не засчитывался, если ребенок выбирал нужный колпачок, игрушку давали поддержать в руки.

Второй эксперимент проводился аналогичным способом, только теперь экспериментатор не смотрел на ребенка и не обращал на него никакого внимания. То есть социального контакта не было, а ребенок мог выбрать нужный колпачок, просто наблюдая за руками.

В третьем эксперименте, экспериментатор прятался за занавеской, и манипулировал колпачками издали, так, чтобы ребенок ничего не видел.

Авторы посчитали, что если их гипотеза верна, то решающее значение должен иметь социальный контакт. Так и вышло: в случае, когда игрушка пряталась под колпачок Б, в случае, если социальный контакт был, количество неправильных ответов (то есть ребенок по-прежнему выбирал колпачок А, поскольку видел, что под него игрушка пряталась чаще) было 80%, во втором и третьем опытах количество ошибок упало до 40–50% [16, с. 433-437].

Результаты данного эксперимента не только хорошо согласуются с предположением Ричарда Докинза, но подтверждают гипотезу культурного интеллекта.

К примеру, у ненцев в процессе воспитания детей правила поведения, как среди людей, так и в природе задаются взрослыми через красочную историю. Для того, чтобы пресечь нежелательное поведение, обычно рассказываются истории, в которых видны последствия такого поведения. Так запрет на разорение птичьих гнезд объяснялся тем, что если гнездо разорить, то непременно пойдет дождь. «Залогом беспрекословного выполнения норм поведения служила вера в то, что повсюду проявляется в виде каких-либо явлений природы. В результате нарушения могут произойти гроза, наводнение, пойти дождь или снег» [40, с. 54].

Как мы видим, механизмы, предложенные Ричардом Докинзом, имеют место быть в некоторых культурах.

Впрочем, для более полного понимания такого сложного феномена, как религия, мы рассмотрим и другие взгляды на функции религии. *В рамках эволюционного религиоведения можно выделить две основные гипотезы:*

1. Религия — побочный продукт каких-либо других психических функций, этакий вирус мозга. (Эта точка зрения была продемонстрирована гипотезой Докинза).

2. Склонность к религиозному мышлению — полезная адаптация, развившаяся в ходе эволюции.

Итак, в рамках первой гипотезы мы уже обозначили одну из психических адаптаций, на основе которой могла возникнуть склонность к религиозному мышлению — инстинкт послушания детей взрослым. Однако есть еще одно любопытное свойство психики человека — умение вступать в социальный контакт с лицами, которые непосредственно не присутствуют. Благодаря ему возможно функционирование общества. Так, существование больших организованных коллективов возможно за счет создания идеального образа руководителя коллектива, который создает некий незримый контроль над исполнением выданных поручений. Эффективность такого контроля тем выше, чем сильнее страх перед начальством в данном коллективе. И чем более эмоционально насыщен данный образ, тем более реальным нам кажется объект наших отношений. Ярким примером могут быть дети, для которых наличие у них воображаемых друзей — явление вполне обыденное. Побочным явлением данной функции вполне может служить образ существа, которое следит за нашим моральным обликом.

В пользу адаптивных (полезных) свойств религии, при первом рассмотрении, говорит множество фактов.

Во-первых, религия обладает ярко выраженными интегративными свойствами (кроме тех случаев, когда в обществе имеются другие верования, отличные от главенствующих). Исключением в данном случае может быть сочтен индуизм, поскольку последователи индуизма очень мягко включают в свои представления верования других религий).

Во-вторых, она поощряет просоциальное (альтруистическое) поведение. Но с ростом числа альтруистов неизбежно растет количество эгоистов, стремящихся паразитировать на них. Отсюда вытекают два следствия. Во-первых, в таком обществе должны существовать эффективные механизмы выявления обманщиков. Во-вторых, — эффективные механизмы для демонстрации собственной репутации.

Так, социологические опросы показывают, что люди, которые часто отправляют религиозные обряды и ходят в церковь, больше жертвуют на благотворительность [16, с. 444]. Однако в социологических опросах есть один серьезный методологический недостаток: они основаны на словах респондентов, а в силу того, что исследуется очень важное для человеческого общества явление — нравственность, мы склонны считать, что данные опросы весьма сомнительны (кто согласится признаться в своей нравственной нечистоте). А потому нужны такие эксперименты, в которых исследуемые не знали бы о том, что их проверяют на просоциальность. Такие эксперименты были проведены.

В одном из них, людей просили пройти в помещение для эксперимента, а по дороге им встречался бездомный (актер, участвующий в эксперименте), который просил о помощи. Сами испытуемые не знали, что их тестируют на альтруистическое поведение. В результате выяснилось, что религиозность не влияет на склонность к альтруизму, результаты были, в среднем, одинаковые.

Во втором эксперименте группу людей спрашивали, готовы ли они собрать средства для ребенка из бедной семьи, при этом первой половине испытуемых говорили, что средства действительно придется собрать, а второй говорили о том, что вероятность того, что средства придется собирать действительно, крайне мала. В данном эксперименте положительная корреляция между религиозностью и просоциальностью обнаружилась только во второй группе людей. То есть, фактически, в группе, где для подтверждения собственной благочестивости необходимо проявить меньшее количество усилий [16, с. 445-446].

Таким образом, религиозность напрямую не влияет на просоциальность человека; однако, если человеку перед этим напомнить о том, что за его поведением наблюдают, или в контексте упомянуть что-нибудь божественное, то склонность к альтруизму возрастает.

Еще одно любопытное исследование провели американские ученые, которые проанализировали различные закрытые общества США XIX века. В ходе этого исследования выявилось, что закрытые религиозные общины существовали дольше аналогичных светских общин. При этом выживаемость таких групп сильно зависит от строгости устава. Это хорошо согласуется с тезисом, что религиозное поведение способствует просоциальности. Но просоциальность эта обусловлена парохильным альтруизмом, т.е. готовностью жертвовать только ради «своих».

В качестве небольшого итога мы обозначим характерные атрибуты, которые присутствуют практически во всех религиозных культурах:

- 1) идеология, дающая некоторый свод правил, который необходимо соблюдать. Своеобразный моральный кодекс. В случае ислама — и непосредственные предписания по управлению государством;
- 2) космогонический миф, в котором основообразующим моментом является вышеупомянутый свод правил, в случае неисполнения которого случится что-нибудь плохое;
- 3) наличие трансцендентных сущностей, следящих за исполнением данных моральных требований;
- 4) наличие обрядов и ритуалов, которые демонстрируют трансцендентным сущностям и другим людям собственную лояльность. Приверженность общине зависит от того, насколько дорогостоящими и изнурительными эти обряды являются;
- 5) эффективные методы демонстрации собственной добродетели.

#### *Литература*

1. Фрэзер, Дж. Дж. Золотая ветвь: исследование магии и религии / Дж. Дж. Фрэзер; [пер. с англ. М. К. Рыклина]. — Москва: Эксмо, 2006. — 960 с.
2. Докинз, Р. Бог как иллюзия / Р. Докинз; [пер. с англ. Н. Смелковой]. — Санкт-Петербург: Азбука, Азбука-Аттикус, 2013. — 512 с.
3. Марков, А. В. Эволюция человека: в 2 кн. / А. В. Марков. — Москва: АСТ: CORPUS, 2014. — Кн. 2. Обезьяны, нейроны и душа. — 512 с.
4. Этнография и антропология Ямала / Г.А. Аксянова, А.Н. Багашев, А.А. Богордаева, и др.; отв. ред. А.Н. Багашев. — Новосибирск: Наука, 2003. — 390 с.

## ПРОБЛЕМАТИКА ВОСПРОИЗВОДСТВА КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*Ю.Л. Игнатюк*

*ФГОУ ВПО «Тюменское высшее военно-инженерное командное училище  
(военный институт) им. маршала А.И. Прошлякова»*

**Аннотация.** *Представленная статья посвящена исследованию проблем воспроизводства культуры. Проанализированы взгляды на проблему воспроизводства культуры известных ученых. Сделана попытка выработать представление о возможных способах, механизмах воспроизводства культуры.*



*Данная статья рассчитана на специалистов в области философии, культурологии.*

**Abstract.** *The presented paper is devoted to research of problems of reproduction of culture. The views of the problem of cultural reproduction of famous scientists. An attempt was made to develop an idea of the possible ways, the mechanisms of reproduction of culture.*

*This article is designed for experts in the field of philosophy, cultural science.*

Культурный рост современного сообщества постоянно совершается с появлением в этом сообществе разрушительных тенденций и поэтому сегодня сама жизнь побуждает к поиску устойчивых механизмов, способов воспроизводства культуры, без которых немислимо культурное развитие общества в условиях социальных обстоятельств, сложившихся в современном мире, поскольку культура является одним из важнейших модусов бытия.

Термин «культура» имеет множество значений, это неизбежно порождает различные трактовки, как самой культуры, так и способов ее воспроизводства. В качестве таких способов, механизмов могут выступать процессы воспитания, образования и обучения.

При обозначении проблематики развития и сохранения культуры довольно часто используют термин «социализация», которая понимается как процесс усвоения и воспроизводства человеком социальных норм, культурных традиций и т.д. Иногда термин «социализация» употребляется как синоним термина «воспитание». Воспитание, в свою очередь, так же является процессом вхождения индивидом в социум и если использовать термин «воспитание» в широком смысле, то различие между этими понятиями стирается. В более широком смысле воспитание — это процесс формирования личности и подготовки ее к участию в жизни общества, к овладению достижениями общества в различных областях науки и культуры.

Для обозначения процесса вхождения человека в культуру зачастую используют термин «инкультурация», который понимается как «процесс приобщения индивида к культуре, усвоения им существующих привычек, норм и паттернов поведения, свойственных данной культуре» [4, с. 147]. Овладевает индивид этими знаниями и навыками в процессе воспитания, образования, а также в процессе общения с другими людьми. Он формируется как «продукт» культуры данного общества, а также как «потребитель» этой культуры.

Понятия «инкультурация» и «социализация» сегодня практически тождественны в использовании, поскольку объективно сложно отделить процесс освоения культуры от жизни человека вообще. Сегодня термин «инкультурация» еще недостаточно проработан в научной литературе и выступает как синоним понятия «социализация».

Культура выступает как некая субстанция, создающая человека с помощью присущих ей способов, механизмов. Значит дефиниции «воспитание», «социализация», «инкультурация» охватывают весь процесс освоения культуры.

Одним из способов воспроизводства культуры является воспитание, с помощью которого растущая личность осваивает окружающую действительность (М.С. Каган выделяет воспитание как передачу ценностей). Это не что иное, как культура. Согласно концепции М.С. Кагана, человек выступает как творение культуры, а не как ее творец. Безусловно, воспитание является основополагающей категорией педагогики, однако однозначного, устоявшегося определения понятия «воспитание» нет. В широком смысле воспитание понимается как процесс передачи накопленного опыта от поколения к поколению, воспиту-

емый овладевает всем социальным опытом (знания, социальные отношения и т.д.) Таким образом, общество оказывает влияние на человека и в таком понимании воспитание приравнивается к социализации. В сущности, воспитание ориентировано на усвоение индивидом этических, эстетических, религиозных и других ценностей, принятых норм поведения. На каждом этапе жизни человека формируется соответствующая система ценностей и поэтому, чтобы достичь воспитательных целей, необходима их согласованность.

По мнению М.С. Кагана, простой трансляции при передаче ценностей от одного поколения к другому недостаточно, «суть дела заключается в том, что человеческие ценности требуют особого способа их распределения — коммуникация как передача готовых пакетов информации и монологические знаковые системы, выработанные для решения этой коммуникативной задачи, оказываются неэффективными при попытках передать эти ценности другим людям ... ценностное сознание вырабатывается человеком как субъектом, а не объектом, который по определению, способен только воспринимать и усваивать передаваемую ему информацию» [3, с. 295].

Воспитывающий передает ценности воспитаннику в процессе деятельности, что и является воспитанием в узком смысле, поскольку передать свои ценности можно лишь в процессе общения, которое основано на отношении к другому не как к ученику, а как к равному субъекту, «ценности вырабатываются каждым человеком самостоятельно, а не усваиваются в готовом виде извлекаемом из книг или чужого опыта. Однако культура делает возможным сохранение и передачу ценностей от поколения к поколению, от общества к личности. Передача эта и составляет сущность воспитания» [3, с. 295].

Другим значимым способом, механизмом воспроизводства культуры является «образование». Данная дефиниция имеет как минимум три аспекта: образование как система, процесс и результат. Образование как система — это система образовательно-воспитательных учреждений, деятельность которых направлена на обучение и воспитание личности, владеющей определенными знаниями, умениями и навыками, уровень которых определяет индивидуальность и социальный статус человека. В понимании процесса и результата обучения важно, что это процесс духовного и физического становления личности, процесс, ориентированный на некоторые идеальные образы, на исторически обусловленные и зафиксированные в общественном сознании социальные эталоны; образование способствует воспроизводству накопленного опыта.

Само понятие «образование» широко и оно охватывает освоение всей культуры и в некотором смысле сливается с понятиями «социализация» и «инкультурация», поскольку образование — это процесс и результат освоения личностью конкретных аспектов культуры. Благодаря образованию возможно понимание и освоение культуры, так как это основной способ, механизм, вхождения в культуру. В образование входит как обучение, так и воспитание «между образованием и культурой имеется точное соответствие. Образование есть не что иное, как культура индивида» [1, с. 35]. Задачей всякого образования является «приобщение человека к культурным ценностям науки, искусства, нравственности, права, хозяйства, превращение природного человека в культурного... Цели образования — культурные ценности» [1, с. 36].

Об образовании как специфическом способе освоения культуры писал и М.С. Каган «в той мере, в какой знание отвечает своему имени, ... оно предлагается для усвоения императивно, независимо от формы его изложения обстоятельств

учения и индивидуальности. ...Единственное условие усвоения знания — понимание языка, на котором оно формулируется» [3, с. 291]. Значит, если не отождествлять образование с инкультурацией, то оно выступает как передача систематических знаний, которая осуществляется императивно.

Говоря о дефиниции «обучение», то это есть учебно-познавательная деятельность учащихся с целью овладения знаниями, умениями и навыками, а также развитию творческих способностей, то есть, обучение рассматривается как составная часть образования.

М.С. Каган выделяет «научение» как передачу умений и рассматривает его в качестве первого способа освоения культуры, являющегося фундаментом для воспитания и образования; «первый способ присвоения материальных артефактов — использование предметов по их прямому назначению: польза реализуется в использовании вещи, тела, организма. ...Однако для понимания культурного бытия такого рода вещей чрезвычайно важно видеть, что процесс потребления имеет и другую, как бы скрытую от непосредственного наблюдения сторону — формирование ненаследуемых умений пользоваться этими вещами: умений по-человечески есть, пить, одеваться, оперировать ножом, вилкой, иглой и молотком, печью и плугом. Такое простое употребление вещей становится способом приобретения разнообразных практических умений, неизвестных и недоступных животным и составляющих базовый механизм культуры как средства ... превращения человека в наученное, освоившее навыки культурных действий существо» [3, с. 289—290].

Таким образом, третьим способом воспроизводства культуры, с помощью которого человек овладевает умениями и навыками использования культурных артефактов является обучение (в том случае, если не рассматривать его как часть образования) или «научение». Ценностно-ориентационная культура воспроизводит себя в процессе воспитания, ее основным содержанием являются ценности; она более субъективна и эмоциональна и отличается решающей ролью в общении, также «способствует развитию и воспитанию в обществе «культуры мира»» [2, с. 176]. С помощью образования усваивается познавательная культура, которая формирует человека, а затем благодаря образованным людям создает новые знания и таким образом развивает себя. Благодаря обучению или «научению» человек усваивает нормы культуры, которые генетически не передаются.

В целом размышления о способах, механизмах воспроизводства культуры — это серьезная общественно-значимая тема, так как культура многогранна и многоаспектна и в сущности своей созидательна, ее созидательная сила является для людей своеобразным источником духовной жизни.

#### *Литература*

1. Гессен С.И. Основы педагогики. Введение в прикладную философию. — М., 1995.
2. Игнатюк Ю.Л. Культура как регулятор социальной адекватности мирового сообщества. Всероссийская научно-практическая конференция: Глобализация: мифы и реальность. — Тюмень: ТГИМЭУП, 2007.
3. Каган М.С. Философия культуры. — СПб., 1996.
4. Культурология. XX век. Словарь. — СПб., 1997.

## ЭКСПЕРТИЗА КАК КОМПЛЕКСНАЯ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

*Л.Н. Коштарова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Статья посвящена одной из перспективных форм современной социокультурной практики — гуманитарной экспертизе. В статье особое внимание уделяется выявлению сущностных черт данного вида экспертной деятельности, характеризующих ее как социальную и как гуманитарную технологию.*

**Annotation.** *The article is devoted to one of the most promising forms of contemporary socio-cultural practices — humanitarian expertise. Particular attention is paid to the identification of features of this type of expert activity, characterizing it as a social and as a humanitarian technology.*

Сегодня все более повышается спрос на гуманитарную экспертизу в самых разных сферах общественной жизни. Экспертиза при этом понимается как технология социального управления, поиска и принятия решений в сложных социокультурных ситуациях, получения достоверной информации. Гуманитарная экспертиза чаще всего применяется как «интеллектуальная технология принятия стратегических решений, необходимая в ситуации масштабных социокультурных изменений» или как технология регулирования и контроля нравственно-этических норм в обществе [3].

*Технология* в широком смысле представляет собой совокупность методов, процессов и материалов, используемых в какой-либо отрасли деятельности, а также научное описание способов *технического производства*. Большой толковый социологический словарь «Collins» раскрывает данное понятие как «практическое применение знания и использование методов в производственной деятельности» [1]. В философском словаре (под редакцией И.Т. Фролова) понятие технология трактуется как сложная развивающаяся система артефактов, производственных операций и процессов, ресурсных источников, подсистем социальных последствий информации, управления, финансирования и взаимодействия с другими технологиями [5].

Исходя из данных определений понятно, что экспертная деятельность представляет собой некую технологию со своими особыми методами и приемами. На сегодняшний день во многих отдельных сферах общественной практики существуют и успешно применяются четкие алгоритмы экспертизы (например, юридической, финансово-экономической, медицинской и др.). Однако, в отличие от отраслевых экспертиз, гуманитарная не поддается четкой алгоритмизации (т.к. она необходима в таких ситуациях, где однозначного ответа, выводимого из заданных условий, не существует). Тем не менее, для успешного внедрения гуманитарной экспертизы в жизнь современного общества, крайне необходима разработка ее системной методологии, законодательного обеспечения и социально-организационных механизмов.

Гуманитарная экспертиза (исходя из своего названия) является гуманитарной технологией. Прилагательное «гуманитарный» может иметь два значения: во-первых, оно выражает отнесенность к гуманитарному знанию, во-вторых, — сфокусированность на человеке. Следовательно, гуманитарные технологии мож-

но понимать как новые, современные формы бытования и функционирования гуманитарного знания.

Уже в 70-х гг. XX века известный советский философ Г.П. Щедровицкий говорил о возможности технологизации гуманитарного знания, трактуя его не как знание о тех или иных предметах вне нас, а как рецептуру наших действий, направленных на достижение преследуемых целей. Методологию гуманитарных наук он характеризовал как «технологию мышления». «Суть методологической работы, — писал Г.П. Щедровицкий, — не столько в познании, сколько *в создании методик и проектов*, она не только отражает, но также и в большей мере создает, творит заново ... И этим же определяется основная функция методологии: она обслуживает весь универсум человеческой деятельности, прежде всего, *проектами и предписаниями*. Но из этого следует также, что основные продукты методологической работы — конструкции, проекты, нормы, методические предписания и т. п. — *не могут проверяться и никогда не проверяются на истинность. Они проверяются лишь на реализуемость*» [7, с. 95–96].

По мнению Б.Г. Юдина, Щедровицкий предложил будущим поколениям исследователей проект создания гуманитарного знания нового типа — знания по своей сути не предметного, а технологического. Более того, он показал возможность не просто применения гуманитарных технологий, но и их производства в сугубо технологической, утилитарно-функциональной перспективе [8]. Совместно со своими коллегами Г.П. Щедровицкий разработал и реализовал на практике такую гуманитарную технологию, как *организационно-деятельностные игры*, смысл которых был заключен не столько в обретении нового знания, сколько в новом понимании (осознании) тех или иных проблемных ситуаций. Эти игры стали первой инновационной гуманитарной технологией, предназначенной для коллективной работы.

В наши дни, отмечает Б.Г. Юдин, социальное и гуманитарное знание в России все более основательно осваивает те маршруты, которые прокладывал для него Г.П. Щедровицкий (речь идет о том, что наиболее востребованными становятся именно технологические возможности этого вида знания). Сегодня гуманитарное знание все чаще и чаще выступает в технологических формах, направленных не столько на объяснение, сколько на изменение реальности [8]. Характерной особенностью современных гуманитарных технологий является то, что в большинстве случаев их результатом становится та или иная поведенческая реакция индивида (например, сфера PR-технологий — это разнообразные психотерапевтические технологии индивидуального или группового воздействия). Современные гуманитарные технологии обычно предназначаются для того, чтобы *навязать* индивиду тот или иной выбор (что вполне согласуется с пониманием технологий как средств, создаваемых и используемых для достижения определенных целей). Такие технологии чаще всего применяются непосредственно для того, чтобы индивид сделал выбор, на который рассчитывает клиент-заказчик (например, массовое голосование за определенного кандидата в случае применения выборной политтехнологии).

Практика использования гуманитарных технологий как средств манипуляции сознанием и поведением людей дискредитирует их, вызывает недоверие. Поэтому в противовес манипулятивным технологиям, или в качестве защиты от их воздействия, сегодня разрабатываются специальные средства для выявления и/или оценки риска, с которым может быть сопряжено распространение инновационных технологий. Эти средства оценки, — отмечает Б.Г. Юдин, — вполне могут

быть отнесены к числу гуманитарных технологий, но направленных не на манипуляцию, а на расширение возможностей выбора человека. «Деятельность по выявлению и оценке риска, связанного с распространением новых технологий, на сегодняшний день получает разные именованья, одно из которых — *гуманитарная экспертиза*, обширным пространством для применения которой следует считать и все то, что относится к гуманитарным технологиям» [8, с. 224].

Гуманитарную экспертизу можно рассматривать и как социальную технологию [4]. Одно из первых определений социальной технологии принадлежит советскому философу В.Г. Афанасьеву, который определил ее как перевод абстрактного языка науки, отражающего объективные закономерности развития общества, на конкретный язык нормативов, решений, предписаний, регламентирующих и стимулирующих людей на достижение поставленных целей. А.С. Шохов и Д.В. Реут рассматривают социальную технологию как совокупность методов и приемов, позволяющих добиваться результатов в задачах целенаправленного изменения взаимодействия между людьми, т. е., прежде всего, — это технология создания проектов коммуникативных воздействий, изменяющих сознание людей (культурные, политические и/или социальные структуры, системы или ситуации). В более широком смысле, социальная технология — это последовательность этапов социального взаимодействия, в ходе которой каждый субъект, участвующий во взаимодействии, реализует собственную управленческую стратегию по отношению к другим и формирует социальную действительность [6].

Изначально социальные технологии использовались в *управленческом консалтинге*, но с конца XX века стали применяться во всех видах деятельности, связанных с глобальным (политическим, экономическим, культурным) управлением. Сегодня социальные технологии применяются для управления людьми, социальными явлениями, социальными процессами и социальными системами. Это методы решения социальных проблем, направленные на формирование условий жизни и развития общества, общественных отношений, социальной структуры с целью обеспечения потребностей человека, создания условий для реализации его потенциальных способностей и интересов, с учетом одобряемой обществом системы ценностей и взаимозависимости между общественным прогрессом и экономическим развитием.

В отечественной литературе обычно выделяют четыре типа социальных технологий: технологии формирования социальных систем (связанные с социальным проектированием); технологии решения социальных проблем и поддержания стабильности социальных систем (основанные на методах управления); технологии преобразования и развития социальных систем (игры открытого типа); технологии защиты социальных систем (базирующиеся на методах социальной борьбы) [2]. В современной отечественной науке социальная технология рассматривается в двух аспектах: как программа, содержащая процедуры и операции и как деятельность, включающая совокупность методов и способов целенаправленного воздействия на социальные процессы и системы для достижения поставленных целей.

Что касается экспертизы, то она также может рассматриваться и как программа, и как деятельность. По мнению Г.Л. Тульчинского, гуманитарная экспертиза является социальной технологией, суть которой состоит в защите человека в тех ситуациях, когда он подвергается воздействию других многочисленных новых технологий. Поэтому в центре любой гуманитарной экспертизы всегда должен стоять Человек как творец своего смыслового мира. Любая новая технология имеет своей конечной целью человека, поэтому всегда необходимо учиты-

вать возможные последствия (как позитивные, так и негативные) ее воздействия на перспективы его личностного развития [4, с. 10].

Чтобы понять, в чем состоит отличие между гуманитарной и социальной технологиями, прежде всего, необходимо уточнить понимание таких терминов как «социальные» и «гуманитарные». Применительно к технологиям, отмечает Б.Г. Юдин, различие между ними довольно простое: «там, где речь идет о технологических воздействиях на индивида (или на индивидов), имеет смысл говорить о гуманитарных технологиях; там же, где речь идет о воздействиях на социальные общности любого масштаба, имеет смысл говорить о социальных технологиях» [8]. Исходя из приведенных определений, можно сделать вывод, что очень часто одни и те же воздействия можно относить как к социальным, так и гуманитарным. Следовательно, гуманитарную экспертизу можно рассматривать и как социальную, и как гуманитарную технологию или как их гибрид — *социально-гуманитарную технологию*.

Как технология гуманитарная экспертиза обладает рядом специфических особенностей: по технологическому содержанию она представляет собой исследование (а именно — исследование социально значимых проблем); осуществляется экспертиза по заказу инстанций, принимающих решение и использующих при его выработке заключение экспертов; экспертное исследование проводится независимыми компетентными специалистами, опирающимися, помимо использования специальных методов, на свою профессиональную интуицию; итогом экспертизы является ответственное экспертное заключение, которое содержит факты, комментарии и объяснения, носит доказательный характер и является основой для принятия решения соответствующими инстанциями.

В методическом плане гуманитарную экспертизу можно описать в виде алгоритма, предложенного Г.Л. Тульчинским. Первый шаг — диагностика (идентификация, атрибуция, квалификация) базового, выбранного в качестве «стандартного», нормативно-ценностного комплекса. Далее следует диагностика нормативно-ценностного комплекса оцениваемого явления, проекта или программы. Затем необходимо соотнести результаты первого и второго шага и произвести оценку (интерпретацию) полученных результатов. Пятым шагом является выявление (прогноз) последствий реализации нормативно-ценностного комплекса (выявленного на втором шаге для базового нормативно-ценностного комплекса) [4]. Результатом гуманитарной экспертизы обычно является итоговый баланс положительных и отрицательных эффектов воздействия на человека различных аспектов технологии. Он оформляется в виде экспертного заключения с представлением возможных корректирующих воздействий (рекомендаций).

Таким образом, гуманитарная экспертиза представляет собой комплексную, ориентированную на человека, социально-гуманитарную технологию, выстраивающуюся относительно некоего нормативно-ценностного комплекса, результаты которой всегда соотносимы с этим комплексом и адекватны ему. Гуманитарная экспертиза обладает огромным потенциалом развития, но при этом имеет ряд характеристик (ненадежность, кажущаяся субъективность, произвольность и т.п.), подвергающихся обоснованной и неизбежной критике. Связано это, в первую очередь, с тем, что даже в кругах научной общественности до сих пор не сложилось единого представления о ее практико-ориентированных технологиях. Следовательно, основной задачей на сегодняшний день является разработка отчетливо сформулированной методологии проведения гуманитарной экспертизы и ее последовательная апробация в различных сферах деятельности.

*Литература*

1. Джерри, Д. Большой толковый социологический словарь: в 2-х томах : пер. с англ. Н. Н. Марчук / Д. Джерри, Дж. Джерри. — Москва : Вече, АСТ, 1999. — Том 2. (П-Я). — 528 с.
2. Пестова, Г. А. Социология управления : учеб. пособие / Г. А. Пестова. — Москва : Академия естествознания, 2011. — 104 с.
3. Рон, М. В. Традиционные и новые виды экспертиз / М. В. Рон // Культурологическая экспертиза : теоретические модели и практический опыт / авт.-сост. Н. А. Кривич ; под общ. ред. В. А. Рабоша [и др.]. — Санкт-Петербург : Астерион, 2011. — С. 65–75.
4. Тульчинский, Г. Л. Гуманитарная экспертиза как социальная технология / Г. Л. Тульчинский // Экспертиза в социальном мире: от знания к деятельности. — Москва : Смысл, 2006. — С. 10–29.
5. Философский словарь / под ред. И. Т. Фролова. — 7 изд., перераб. и доп. — Москва : Республика, 2001. — 719 с.
6. Шохов, А. С. Сознание : инструкция пользователя / А. С. Шохов, Д. В. Реут. — Одесса : Изд-во ВМВ, 2009. — 464 с.
7. Щедровицкий, Г. П. Избранные труды / Г. П. Щедровицкий. — Москва : Шк. культ. полит., 1995. — 800 с.
8. Юдин, Б. Г. От гуманитарного знания к гуманитарным технологиям / Б. Г. Юдин // Философия социальных и гуманитарных наук / под ред. С. А. Лебедева. — Москва : Академический проект, 2005. — С. 216–244.

## ТЕОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ И КУЛЬТУРА ТЕОЛОГИИ: ДИХОТОМИЯ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО СТАТУСА ПРАВОСЛАВНОЙ ТЕОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

*Диакон Димитрий Майоров*

*Тюменское православное духовное училище*

**Аннотация.** Автор в данной статье предпринимает попытку применить феноменологию теологии М. Хайдеггера и концепцию теологии культуры в П. Тиллиха в контексте разрешения ситуации, возникшей вокруг введения в перечень научных специальностей Высшей аттестационной комиссии (ВАК) теологии как научной дисциплины. Не секрет, что в сфере социально-гуманитарных знания в современной России сформировались контрарные позиции ученых, принимающих или не принимающих теологию как науку. На Западе, не смотря на процессы глубокой секуляризации общественной жизни, теология как университетская дисциплина всегда присутствовала в системе классического западного образования. В современной России теология как научная специальность существует с 2000 года. Однако некоторые российские ученые до сих пор оспаривают статус теологии как науки. В статье автор попытался обозначить выход из сложившейся ситуации.

**Annotation.** The author of this article attempts to apply the theological phenomenology of Heidegger's concept of theology and culture in P. Tillich, in the context of resolving the situation that has arisen around the introduction to the list of scientific specialties of the Higher Attestation Commission (HAC) theology as an academic discipline. It is no secret that in the field of social and humanitarian knowledge in modern Russia emerged contraries positions of scientists, to accept or reject theology as a science. In the West, despite the process of deep secularization of



*public life, theology as a university specialty has always been present in the classic western education. In modern Russian theology as a scientific specialty has existed since 2000. However, some Russian scientists still dispute the status of theology as a science. The author tried to indicate a way out of the situation.*

Как стало недавно известно, «Президиум Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Министерстве образования и науки утвердил в России паспорт научной специальности «Теология», придав ей официальный статус» (ВАК присвоил шифр этой специальности — 26.00.01 Теология) [1]. И сразу же в СМИ разгорелась полемика — и слева — антицерковная, и справа — церковная. Суть опасения первых — происходит клерикализация науки, т.е. проникновение крайне некомпетентных клерикалов в высокие сферы передовой науки [2]. Опасения вторых — размывание самого понятия теологии как научной формы конкретного конфессионального богословия. Ведь и на Западе не существует отдельного понятия «теология». Она всегда конфессиональная, например, исламская, иудейская, православная, католическая, протестантская. На Западе уже около тысячелетия существуют соответствующие кафедры и направления [3]. Однако уже ни те, ни другие не спорят, как в недавнем прошлом, является ли теология наукой. Это в известной степени прогресс, а вернее — некоторое осознание необходимости возвращения к научно-педагогической практике дореволюционной России, когда люди с богословскими степенями спокойно преподавали в государственных университетах, ученые со светскими степенями преподавали в Духовных Академиях [4].

На Западе коллизий вокруг теологии, подобных российским, даже не возникло. Так М. Хайдеггер в работе «Феноменология и теология» пишет: «**Теология есть наука о вере.** Это значит многое:

1. Теология есть наука о раскрытом верой, то есть о содержании веры. То, во что мы верим, не есть при этом нечто такое, с чем просто соглашаемся как с системой высказываний о фактах и событиях, которые, будучи недоступны теоретическому усмотрению, могут так же быть усвоены путем как раз этого согласия с ними.

2. Теология одновременно с этим есть наука о самом поведении верующего, о факте веры, которая является тем, чем она вообще может быть соответственно своей внутренней возможности лишь в качестве откровенной. Это значит, что вера как поведение верующего сама есть то, во что верят, сама относится к содержанию веры.

3. Теология есть далее наука о вере не только потому, что веру и веруемое она берет в качестве своего предмета, но и потому, что она сама исходит из веры. Это наука, которую вера порождает и оправдывает в себе самой.

4. Наконец, теология есть наука о вере не только потому, что вера есть ее предмет и она мотивирована верой, но и потому, что опредмечивание самой веры в согласии с тем, что здесь опредмечивается, ставит единственную цель оформить и развить со своей стороны само верование. Однако с формальной точки зрения в качестве экзистирующего отношения к Распятому вера есть способ исторического здесь-бытия, человеческого существования и именно исторического бытия в истории, которая раскрывается только верой и только для веры. Поэтому теология, будучи наукой о вере как о некоем событиино — *историческом* (geschichtlich) способе бытия, есть в своей глубочайшей основе *историческая* (historische) наука, — историческая наука особого рода, согласно специфической событийной историчности, заключенной в вере, — «событию откровения» [5].

В наследии другого протестантского философа и теолога Пауля Тиллиха (1886–1965) можно также найти множество идей, которые пролагают путь к плодотворному разрешению сложившейся в России противостояния вокруг теологии. Так Тиллих известен, прежде всего, своими работами «Протестантская эра» (The Protestant Era, 1948), «Систематическая теология» (Systematic Theology, v. 1–3, 1951–1963), «Мужество быть» (The Courage To Be, 1952), «Новое бытие» (The New Being, 1955), «Вечное сейчас» (The Eternal Now, 1963). В каждой из них, так или иначе, решается проблема противостояния теологии и целого комплекса технических наук и наук о человеке. На русский язык главные работы переведены. И вот, начиная с 90-ых годов прошлого века, они стали объектом пристального внимания современных российских ученых, и некоторые из них уже защитили кандидатские и докторские диссертации, опираясь на творчество Тиллиха [6], [7]. Не менее интересны попытки православного богословского осмысления наследия П. Тиллиха [8], [9].

В самых кратких словах концепцию теологию культуры, разработанной в одноименном труде П. Тиллиха, можно сформулировать как глубинное содержание не только культуры, но и гносеологии, морали, эстетики. Он пишет, что «религия — не особая функция духовной жизни человека, а составляющая глубины всех ее функций» [10, с. 239]... «Религия открывает глубину духовной жизни человека, обычно скрытую пылью повседневной жизни и шумом нашего секулярного труда. Она дает нам опыт Священного, того, к чему нельзя прикоснуться, что внушает благоговейный ужас, предельный смысл, источник предельного мужества» [10, с. 241]... «Религия как предельный интерес есть субстанция, наделяющая смыслом культуру, а культура есть сумма форм, в которой выражен основополагающий интерес религии. Коротко говоря, религия — субстанция культуры, культура — форма религии» [10, с. 266]. Конечно, есть не только духовная культура, но и материальная. Но и в ней есть священные формы, «священный художественный стиль, встречающиеся в греко-православной традиции» [10, с. 270].

Такое понимание культуры как формы религии, мы встречаем и в православии. Так в «Основах социальной концепции Русской Православной Церкви» сказано (XIV. 3): «Латинское слово *cultura*, означающее «возделывание», «воспитание», «образование», «развитие», происходит от слова *cultus* — «почитание», «поклонение», «культ». Это указывает на религиозные корни культуры. Создав человека, Бог поместил его в раю, повелев возделывать и хранить Свое творение (Быт. 2. 15). Культура как сохранение окружающего мира и забота о нем является богозаповеданным делом человека...

Церковь восприняла многое из созданного человечеством в области искусства и культуры, переплавляя плоды творчества в горниле религиозного опыта, стремясь очистить их от душепагубных элементов, а затем преподать людям. Она освящает различные стороны культуры и многое дает для ее развития. Православный иконописец, поэт, философ, музыкант, архитектор, актер и писатель обращаются к средствам искусства, дабы выразить опыт духовного обновления, который они обрели в себе и желают подарить другим. ...

Светская культура способна быть носителем благовестия. Это особенно важно в тех случаях, когда влияние христианства в обществе ослабевает или когда светские власти вступают в открытую борьбу с Церковью. Так, в годы государственного атеизма русская классическая литература, поэзия, живопись и музыка становились для многих едва ли не единственными источниками религиозных знаний. Культурные традиции помогают сохранению и умножению духовного наследия в стремительно меняющемся мире» [11].

Заканчивая главную книгу своей жизни, ИА. Ильин писал: «Ответственность человека, — духовная, религиозная и нравственная, — есть высший дар и высокое призвание, исходящие от Бога. Все попытки сложить ее с себя — неверны и унижающи; и более того — они просто неосуществимы. А все попытки обмануть в этом деле свою христианскую совесть и Бога — жалки и кощунственны. Верное разрешение этого великого и для всей человеческой культуры неизбежного вопроса, верный выход из этого трагического задания — состоит в необходимом сопротивлении злу силой с принятием на себя ответственности на свое решение и деяние, и с неперенным последующим, всежизненным нравственно-религиозным очищением. Это и есть исход, указуемый православным христианством» [12, с. 580].

Итак, и в указанных выше мыслях западных христианских философов, и в среде православных христиан встречаются общие идеи, позволяющие рассматривать современную ситуацию в России, сложившуюся вокруг легализации теологического образования, как досадное недопонимание современными гуманитариями значения теологии в формировании культуры, науки, эстетики, морали. Неслучайно, что современные российские гуманитарии оказываются в глубоком системном кризисе, связанном с одной стороны с отсутствием полноценного профессионального теологического образования в университетах России, с другой стороны — возникающем непонимании со стороны западных коллег отечественного современного гуманитарного знания, лишённого привычных для них теологических аспектов исследования.

Необходимо вытащить современное отечественное гуманитарное знание из непонятной самоизоляции, от которой можно было бы и отказаться с падением «железного занавеса». Нам необходимо возвращение к отечественным истокам взаимодействия религиозного и светского образования. Нам жизненно важно и возвращение гуманитарного знания к общемировому философско-религиозному руслу. Вот, на взгляд автора, путь движения современной отечественной гуманитарной мысли в ближайшие десятилетия. На этом пути создание кафедр теологии с возможностью защиты научных степеней в области теологии, в том числе и в Тюмени — неизбежно.

#### *Примечания*

1. Теология стала в России научной специальностью. Эл. ресурс: <http://lenta.ru/news/2015/10/12/theology/> (дата обращения 30.10.15)
2. «Вместо прихода из трех бабок попы пойдут в РГГУ». Чем грозит введение ВАК специальности «теология». Эл. ресурс: [http://www.gazeta.ru/science/2015/10/13\\_a\\_7816751.shtml](http://www.gazeta.ru/science/2015/10/13_a_7816751.shtml) (дата обращения 30.10.15). «PhD по теологии есть во многих странах, в том числе во Франции и Германии, в том числе в классических университетах. ВАК приняла решение, что пока у нас не будет ни кандидатов, ни докторов теологии. Может быть, сто лет, может быть, два года», — рассказал Филиппов (глава ВАК). На первых порах те, кто защитится по специальности «теология», будут получать степени филологических, философских наук или, например, искусствоведения.
3. Протоиерей Владимир Воробьев. Полумера. Что в действительности происходит с теологией? Эл. ресурс: <http://www.orthedu.ru/news/obzor-smi/12359-protiirey-vladimir-vorobev-polumera-cto-v-deystvitelnosti-proishodit-s-teologiyey.html> (дата обращения 30.10.15). Протоиерей Владимир Воробьев, ректор РПЦ, член Межведомственной координационной группы по преподаванию теологии в вузах рассказал, почему недавно принятое ВАК РФ решение о включении теологии в номенклатуру научных специальностей вряд ли устроит Русскую Православную Церковь и другие традиционные религии России: «Действительно, на первый взгляд, мы стали

свидетелями эпохального события, но давайте рассмотрим хронику событий. Председатель ВАК Владимир Филиппов, бывший министр образования, преподнес это решение как подарок Церкви по случаю Рождественских чтений. Эта новость была встречена бурными овациями и восторгом — переполненный Зал церковных соборов просто ликовал, ведь все собравшиеся знали, сколько лет и сил ушло на то, чтобы богословие наконец-то получило признание со стороны государства. Но уже на следующий день в СМИ появилось интервью Филиппова, данное агентству «Интерфакс», а позже появились аналогичные заметки в других изданиях, где председатель ВАК пояснял, что, хотя теологию и ввели в номенклатуру научных специальностей, ни кандидатскую, ни докторскую степени по теологии получить будет нельзя! И диссертационных советов по теологии тоже не будет! Все равно придется тратить огромные усилия и порой выслушивать унижительные нравоучения некомпетентных в богословии людей, чтобы защитить теологические работы в советах по философии, истории, филологии, социологии, культурологии, педагогике, но не по теологии. А некоторые прекрасные работы, представляющие собой большую научную ценность, так и не удасться «протащить» через эти советы, члены которых зачастую не знают даже базовой богословской терминологии. В своем слове на открытии Рождественских чтений Святейший Патриарх Кирилл выразил свое недоумение по этому поводу: «Во всем мире можно стать доктором теологии, а в России нельзя!» Какой смысл формального включения теологии в ВАК при сохранении запрета на защиту теологических диссертаций?! Более того, председатель ВАК сообщил, что нужно еще переработать паспорт научной специальности «теология», чтобы сделать ее внеконфессиональной. Но что может означать абсурдное словосочетание «внеконфессиональная теология», кроме того, что употребляющие его люди, видимо, не вполне понимают значения этих слов?»

4. Сухова Н. Ю. Система научно-богословской аттестации в России в XIX — начале XX века. — М.: Изд-во ПСТГУ, 2009. — 676 с.
5. M. Heidegger. *Phenomenologie und Theologie*. In: Heidegger M., *Phenomenologie und Theologie*, Frankfurt a. — M., 1970, SS. 13-33)
6. Лифинцева, Татьяна Петровна *Философия и теология Пауля Тиллиха: диссертация ... доктора философских наук : 09.00.03 / Лифинцева Татьяна Петровна; [Место защиты: Ин-т философии РАН]. — Москва, 2009.*
7. Уколов, Кирилл Игоревич *Концепция символа в философии религии Пауля Тиллиха : автореферат дис. ... кандидата философских наук : 09.00.14 / Уколов Кирилл Игоревич; [Место защиты: Православный Свято-Тихоновский гуманитарный ун-т]. — Москва, 2011.*
8. Пименов С. С. *Доктор Пауль Тиллих: О традиции, новизне и богословском усилии / С. С. Пименов — М.: Изд-во ПСТГУ, 2013. — 424 с.*
9. *Сравнительное богословие: немецкий протестантизм XX века: Тексты с комментариями / сост., авт. введ. Кристоф Гестрих; пер., авт. вступ. статей К. И. Уколов. — М.: Изд-во ПСТГУ, 2009. — 552 с.*
10. Пауль Тиллих. *Избранное: Теология культуры*. Пер. с англ. — М.: Юрист, 1995. 479 с. — (Лики культуры).
11. **ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИИ Русской Православной Церкви**. Архиерейский Собор 2000 г. Официальный сайт Московского Патриархата. Эл. ресурс: <http://www.patriarchia.ru/db/text/419128.html> (дата обращения 30.10.15)
12. Ильин И.А. *Аксиомы религиозного опыта/ И.А. Ильин. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. — 586, [6] с. — (Philosophy).*



## К ПРОБЛЕМЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПОНЯТИЯ «ТРАДИЦИЯ»

*Н.Э. Мартынова**Челябинская государственная академия культуры и искусств*

**Аннотация.** *Рассматриваются наиболее общие аспекты понимания традиции, ее стабилизационные факторы и механизмы, влияющие на изменение.*

**Annotation.** *Discusses the most common aspects of understanding tradition, its stabilization factors and mechanisms influencing the change.*

Современное обращение к этнической культуре часто апеллирует к историческим реконструкциям фольклорных традиций. Такое «чистое» восприятие этнокультуры является, конечно, важным, необходимым в изучении и интерпретации жизни этноса, но не безусловным (хотя бы в силу невозможности полного повторения таковых). Углубленное изучение образцов народной культуры, в том числе расшифровка и воспроизведение их символических кодов, позволяет лучше понять побуждения, потребности существования этноса, но не вскрывает механизмы видоизменений традиции как важного условия ее бытования, последнее, скорее, не принимается и декларируется «нетрадиционностью (= бестрадиционностью)» [7, с. 109] состояния общества. В связи с чем появляется необходимость определения отношения к понятию «традиция».

Анализ исследований, посвященных понятию, в том числе соотношению культурных традиций и новаций (инноваций), свидетельствует о его неоднородности, а по мнению некоторых авторов, и не полной разработанности, что часто приводит к перечислению элементов, входящих в этническую культуру. Многочисленные обращения к исследованию традиции в различных научных областях (этнографии, культурологии, социальной психологии, истории и т.д.) признают бесспорным ее значение в развитии культуры (Э.С. Маркарян, К.С. Сарингулян, С.А. Арутюнов, С.С. Соковиков, К.В. Чистов, О.А. Осипова, С.П. Иваненков, Е. Шацкий и др.). Позиции ученых совпадают в восприятии традиции как феномена действия культуры (К.В. Чистов), в определении ее генеральной адаптивной функции, в существенной степени определяющей стабилизационный фактор в социальной практике сообществ (Э.С. Маркарян, К.С. Сарингулян). Совершенно справедливым представляется мнение (О.А. Осиповой, С.П. Иваненкова) о том, что традиция продолжает оставаться существенным регулятором социальной жизни во всех ее областях, не изменяя своего значения в зависимости от того, видим мы или нет ее установки в современных видоизменяющихся формах.

Важным для исследования традиции является выделение (во многом аналитически условное) «общей» компоненты (Э.С. Маркарян) или уровня «метатрадиции» (С.С. Соковиков) и «локального» (Э.С. Маркарян) уровня. Попытаемся определить функции, процессы единые для культурной традиции.

Перед нами не стоит задача обозначения всех аспектов природы традиции, вместе с тем отметим, что одна из наиболее распространенных точек зрения определяет ее в контексте организации человеческой жизни, регулирования нормативных и духовных сфер общественной жизни, строящихся на передаче от поколения к поколению ценностно-смысловых императивов, образцов, поведенческих норм, предписанных социальными стандартами и задающими своеобразную социальную технологию (Е. Шацкий, И.В. Суханов, Ю.А. Левада и др.). Этим обуславливается некое восприятие традиции как способа преодоления проблем,

интерес к традиции как к регулятиву социальных отношений особенно возрастает в кризисное время, выдвигая на первый план бережное сохранение традиционных духовных, культурных ориентиров, устоев, самосознания каждого этноса, развивая «процесс развертывания интернациональной культуры в ее национальных вариантах» [7, с. 26].

Продолжая говорить о неоднородности приятия традиции, остановимся на некоторых суждениях.

<b>Автор</b>	<b>Определение понятия «традиция»</b>
К.В. Чистов	Традиция — это механизм аккумуляции, передачи (трансмиссии) и актуализации (реализации) человеческого опыта, т.е. культуры. Проще говоря, традиция — это сеть (система) связи настоящего с прошлым. При помощи этой сети совершается накопление, отбор и, что еще более важно, стереотипизация опыта и передача стереотипов, которые затем опять воспроизводятся [7, с. 108].
Э.С. Маркарян	«Культурная традиция — это выраженный в социально организованных стереотипах групповой опыт, который путем пространственно-временной трансмиссии аккумулируется и воспроизводится в различных человеческих коллективах» [4, с. 80].
С.С. Сокоиков	Метатрадиция есть «исторически древний и одновременно остро актуальный в современности феномен, органически неразрывно синтезирующий три основных аспекта: ретрансляция ценного опыта прошлого; реинтерпретация этого опыта в актуальной современности; проекция первого и второго в реальное историческое будущее» [6]
Е. Шацкий	Традиция не тождественна историческому сознанию, но представляет собой особую его разновидность, связанную с преобразованием неоднозначных фактов прошлого в однозначные ценности современности [8]

Полагаем, что, несмотря на выделение К.В. Чистовым таких денотат, как «передача», «актуализация», «система связи настоящего с прошлым», относящихся к действенной реализации «традиции», все же больший интерес автора занимает то, «что» передается. Для чего ученый использует понятие «стереотип» (в самом общем определении — типовые решения типовых ситуаций), соотносимый с опытом индивида и сменяющихся поколений, хотя и обладающий пластичностью, вариационной потенцией, но довольно жестко ограничивающийся этой самой традицией. Размышления К.В. Чистова о воспроизведении стереотипов поведения в типовых ситуациях (впрочем, по замечанию автора, не могущие быть воспроизведенными вполне), на наш взгляд, более всего близки мнению Э. Гуссерля.

Так, Э. Гуссерль первоначальное взаимодействие субъекта с действительностью видит в горизонте *уже «сотворенного»* духовного конструкта<sup>1</sup> мира, имеющего определенную меру исторического и практического опыта, в котором происходит неотрефлексированное формирование «ценностно окрашенной смысловой реальности» субъекта и трансляция таковых образов в конкретных формах деятельности [2].

Показанная сторона толкования традиции, наиболее бесспорная (в этом контексте важны работы Ф. Бэкона, Р. Декарта, Г.-Г. Гадамера, М. Вебера, Э. Тейлора и др.), задает некие изначальные, стабильные условия существования этнокультуры в целом и в широком смысле ориентирована на копирование. Безусловно,

<sup>1</sup> Здесь и далее наш курсив.

авторами оно воспринимается не напрямую как непрерывное воспроизведение, но тем не менее нацеленное на сохранение, удержание. В данном контексте полемика о соотношении «традиции» и «новации» выносится за рамки, основное понятие включает в себя накопленный потенциал социального опыта, становится гарантией способности общества отвечать на вызовы современности, адаптироваться к функциональным потребностям модернизации. Это специфичный процесс сохранения ценностных оснований прошлого в реальной и будущей деятельности.

Наряду с этим исследования этнографов и фольклористов доказывают, что нельзя этническую культуру сводить только к архаичным, сохранившимся в традиции элементам. Она все же подвержена, пусть и медленному, изменению в исторической динамике и закреплению нового (А.П. Садохин, В.Е. Гусев, Т.Г. Грушевицкая, А.Б. Афанасьева, Б.Н. Путилов, Ю.М. Чурко и др.).

Этому взгляду соответствует идея Э.С. Маркаряна, где в основе того, «что» передается, лежат — «программы деятельности». Их сохраняющая функция подобна генетическим программам «в процессах эволюции биологических популяций» и сочленяет «концентрированный опыт поколений и соответствующие механизмы его отбора и закрепления», обуславливая законы самоорганизации общности [4, с. 82]. Это другая форма сохранности. Введение концепта «механизмы» подразумевает влияние «программ деятельности» на изменение, развитие общества, предполагает эффект опережающего отражения действительности. Наше ожидание не редуцируется только воссозданием, повторением уже сложившихся образцов и даже представлением о «возможных результатах реализации модели (стереотипов)» [7, с. 116]. Но предполагает некую заданность процессов, способов, условий варьирования, развития, давая основания рассуждать о традиции как о прообразе в этнической культуре.

Представляется, что определение С.С. Соковикова ближе всего согласуется именно с этой частью размышлений Э.С. Маркаряна: виденье проекции прошлого и реинтерпретированного настоящего опыта в реальном историческом будущем, говорит об актуальности прототипа традиции, ее стержневой характеристике [6].

Представляется, что сама этническая культура изобилует примерами культурных программ, организующих ее собственное развитие. Например, в логике изменений не только отечественной (Ю.М. Чурко), но и зарубежной этнохореографии, в лейтмотиве Любви и Смерти, пронизывающий архитектуру жизни и культуры Испании (И.С. Изотова), прообразе индийской традиции, связанной с подражанием природе, проникновением в нее, проявлением космической силы. Не будет преувеличением считать, что новые явления культуры в немецкой традиции связаны с рациональностью и реальностью, во французской — с утонченностью (Н.А. Бердяев), в русской, где индивидуальное начало растворено в групповом (например, в хореографии, об этом пишут А.Ф. Кукин, В.А. Лапин) — с коллективностью, соборностью.

Поэтому наиболее интересно для нас суждение Э.С. Маркаряна об отсутствии жесткой связи между программами деятельности и средствами их реализации или, как пишет Б.Н. Путилов, между замыслом и сложным согласованием множественности и неисчерпаемости вариантов [5, с. 205].

Одновременно конкретно-обобщенно эта идея выражена Б.М. Бернштейном. Он также считает, что в передаче опыта кроется суть устремленности художественной культуры этноса в «будущую перспективу», обнаруживаясь неоднородностью и не обеспечивая выполнение «условия инвариантности». И далее автор наблюдает сходные черты в однородных, но разнохарактерных художественных формах: «в древнерус-

ской архитектуре и русской архитектуре растреллиевой поры или древнерусской живописи и портрете второй половины XVIII века». Исследователь фиксирует проявления инвариантности, стабильности и целостности на глубинном уровне структуры самого искусства и считает: «по существу же традиции, идущие из прошлого, не столько утрачивают свою роль, *сколько иначе ее исполняют*» [1].

Но одновременно изменившиеся варианты тоже оказывают воздействие на программу деятельности. Подтверждение этой мысли находим в различных областях культуры, например, у Ю. М. Лотмана в отношении закрепления и изменения природы символа [3]. Рассматривая единые наборы символов, автор видит амбивалентность инвариантного состояния символов и их способности к корреляции с культурным контекстом, в одном случае трансформирующим символы, а в другом испытывающим это влияние. То же мы наблюдаем в этнической культуре, например, в закреплении ею новых форм в традиционной хореографии (таких как кадрили, городские парные танцы). Сначала воспринимаемая форма влияет на развитие фольклорной хореографии, усложняя ее выразительные средства, изменяя нормы этикета и правила поведения, а затем сам парный танец, кадрили трансформируются, ассимилируются, регламентируются сообразно условиям художественного предпочтения традиции, не отменяя, делая диалогичным существование с другими известными хореографическими формами.

Подводя итоги, приведем слова Е. Шацкого, обозначающие квинтэссенцию его научной позиции: «традиция живет только обновляясь». Посыл, к которому приходит польский историк и социолог в своих размышлениях, — естественная жизнь общества связана с адаптационным механизмом, интегрирующим традиции и новации [8].

Таким образом, для понимания традиции важны следующие аспекты: с одной стороны, она имеет выработанные человеческую, социальным опытом программу действий, являющуюся и критерием стабильности, и механизмом, создающим опережающее отражение действительности. С другой стороны, отсутствие жесткой связи между программой деятельности и средствами ее реализации создает условия для различного рода варьирования и изменения (трансформации, деформации), закрепление которых обладает обратным влиянием.

#### *Литература*

1. Бернштейн Б. М. Несколько соображений в связи с проблемой «искусство и этнос» // Б. М. Бернштейн / Советское искусствознание — 78. Вып. 2. — Москва, 1979.
2. Каган, М. С. Философия культуры: учеб. пособие / М. С. Каган. — Санкт-Петербург, 1996. — 415 с.
3. Лотман, Ю. М. Символ в системе культуры // Избранные статьи. Т. 1. / Ю. М. Лотман. — Таллинн, 1992. — С. 191–199
4. Маркарян, Э. С. Узловые проблемы теории культурной традиции. Советская этнография. — 1981. — № 2 — С. 78–96.
5. Путилов, Б. Н. Фольклор и народная культура; In memoriam / Б. Н. Путилов — Санкт-Петербург: Петербургское Востоковеденье, 2003. — 464 с.
6. Соковиков, С. С. Популярная культура, метатрадиция и другие [Текст] / С. С. Соковиков // Культура — искусство — образование: научные поиски и практические решения: XXXV науч.-практ. конф. проф.-преподават. состава акад., Челябинск, 7 февраля 2014 г. / Челяб. гос. акад. культуры и искусств; сост. А. В. Штолер. — Челябинск, 2014. — С. 38–40.
7. Чистов, К. В. Народные традиции и фольклор. Очерки теории / К. В. Чистов; АН СССР, Ин-т этнографии им. Н. Н. Миклухо-Маклая. — Ленинград: Наука, 1986. — 303 с.
8. Шацкий, Е. Утопия и традиция: пер. с польского / Е. Шацкий. — Москва: Прогресс, 1990 —456 с.



## СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДИАГНОСТИКА ТАНЦЕВАЛЬНОГО СПОРТА В ПОРТУГАЛИИ

*М.В. Попова-Родригеш*

*Тюменский государственный институт культуры  
Танцевальный клуб «Русский клуб Португал» г. Лиссабон*

**Аннотация.** *Материал статьи характеризует танцевальное искусство как международный и федеральный феномен. На примере республики Португалия показаны особенности его становления, современного состояния и перспектив развития.*

**Ключевые слова:** *искусство, танцевальное искусство, танцевальный спорт, Латиноамериканский танец (Латина), Европейский танец (Стандарт), бальные танцы.*

**Annotation.** *Material article describes the art of dance as an international phenomenon, and federal. On the example of the Republic of Portugal shows peculiarities of its formation the current state and development prospects.*

**Keywords:** *art, the art of dance, dance sport, Latin American dance (Latina), the European dance ( Standard), ballroom dancing.*

Международная Федерация танцевального спорта определяет этот социальный феномен как состязание танцоров в технике, мастерстве и артистичности исполнения определенной палитры танцевального искусства. Сегодня на различных чемпионатах спортивные танцы исполняют в том виде, в котором они приняты другими федерациями. Обязательно исполнение амальгамаций — предписанных фигур, четко регламентированных шагов и поз.

Центральный офис Международной федерации (IDSF) расположен в г. Лозанна (Швейцария), Президент — Mr. Carlos Freitag (Испания). В ее структуру входят: стандартная секция (Standard Section), Латиноамериканская секция (The Latin), (American Section), Секция 10 танцев (The Ten Dance Section), Секция Рок-н-Ролла (The Rock'n'Roll Section).

Республиканские Федерации Португалии относятся к числу Имперских организаций. Взгляды на этот вид танца у разных организаций различны. Имперская рассматривает танцоров в большей степени как спортсменов. Действительно, необходимо проявить незаурядную физическую выносливость, чтобы подряд с перерывом в 30 секунд исполнить 5 танцев (1,5 мин. каждый) любой программы Латины и Стандарта. У спортсменов высокого уровня подготовки должен соблюдаться определенный режим тренировок, соответствующего питания, медицинского осмотра.

На сегодняшний день в Португалии существуют не зависящие друг от друга 2 структуры танцевального спорта. Это Federazgo Portuguesa de danza desportiva — FPDD (Португальская федерация танцевального спорта) и Associazgo Portuguesa de Professores de Danza de Salro Internacional — APPDSI (Международная Португальская Ассоциация учителей бальных танцев).

Соревнования по спортивным танцам обычно включают в себя две части:

— «стандарт», куда входят медленный вальс, танго, венский вальс, слоуфокс и квикстеп;

— латиноамериканские танцы — румба, самба, ча-ча-ча, посадобль и джайв.

Соревнования проводятся в пяти возрастных группах: младшие (до 12 лет); подростки (13–15 лет); юниоры (16–19 лет); взрослые (20–33 года); старшие (от 34 лет).

Существует также классификация пар по опытности и мастерству. Чемпионаты проводятся в классе любителей и классе профессионалов.

В текущем году Федерации танцевального спорта Португалии исполняется 25 лет со дня ее создания и включения в состав IDSF (International Dance Sport).

В каждой возрастной категории имеются различные уровни соревнований:

- а) Iniciado; (начинающие);
- б) Intermemdio (в буквальном переводе — «посредине»; «промежуточный» класс);
- в) Open (открытый класс);
- г) Profissional (профессионалы).

Соревнования в любой категории происходят или по двум программам или в общем зачете. В программу Латиноамериканских танцев входят Ча-ча-ча, Самба, Румба, Посадобль и Джайв. Для категории Дети 1 необходимо для начала знать только 3-и танца: Ча-ча-ча, Румба и Джайв. Для всех остальных возрастных категорий по классу «Начинающие» соревнования проходят по 4 танцам: Ча-ча-ча, Самба, Румба и Джайв. Начиная с класса «Intermedios» до профессионалов, предусмотрено исполнение всех 5 танцев международной латиноамериканской программы.

Программа Европейских танцев, или, как еще принято ее называть, «Стандарт», также включает в себя 5 танцев: Медленный и Венский Вальс, Танго, Медленный фокстрот и Квикстеп. Дети до 8-и лет соревнуются по 3-м из них: Медленный Вальс, Танго и Квикстеп. «Начинающие» по всем возрастным категориям, демонстрируют полученные знания по 4-м танцам: Медленный Вальс, Танго, Фокстрот и Квикстеп. В остальных случаях, соревнования проходят по всем 5 танцам.

На сегодняшний день далеко не каждый танцевальный жанр сопровождается необходимыми методическими пособиями и правилами, созданными профессионалами, переведенными на разные языки мира.

Конечно, меняется время, меняется и техника, пересматриваются книги. В этом смысле спортивный танец стоит в одном ряду с классическим балетом, история которого исчисляется веками. В каждом танце имеется ряд фигур, каждая из которых содержит движение, шаги по партии партнера и партнерши. По согласию всех стран, задействованных в танцевальном спорте, для изучения техники исполнения танца рекомендуются следующие издания:

- Technique of Latin Dancing — автор Walter Laird (IDTA);
- Technique of Latin Dancing — SUPPLEMENT» — Walter Laird;
- The Revised Technique of Latin American Dancing» (ISTD);
- The Revised Technique» — автор Alex Moore;
- The Ballroom Technique» imperial Society (ISTD);
- Technique of Ballroom Dancing» — автор Guy Howard (IDTA).

В Португалии действуют 5 ассоциаций, образованных по географическому признаку:

1. Ассоциация островов Асореш (Азорские острова).
2. Ассоциация Сантарен.
3. Ассоциация Севера.
4. Ассоциация Лиссабона.
5. Ассоциация Сетубал.

Каждый танцевальный клуб сначала регистрируется в ассоциации по месторасположению, а затем ассоциация организывает связь с Федерацией на национальном уровне.

Параллельно с национальными чемпионатами проводятся региональные конкурсы, в которых принимают участие пары только конкретного региона, в котором они зарегистрированы.

Президент Федерации танцевального спорта Португалии непосредственно представляет орган управления, в состав которого входят 8 человек: 2 вице-президента, секретарь, финансовый директор и 4 помощника по организационным вопросам. Параллельно существуют специальные комиссии и советы. Такие как ревизионная комиссия (3 человека), комитет по судейству (5 человек), совет юстиции (3 человека), совет по дисциплине (3 человека), совет генеральной ассамблеи (8 человек).

Следует отметить, что в штатном расписании Федераций государственных ставок не существует. Вся организационная работа выполняется на добровольной основе. Основная прибыль в Федерацию идет от организации чемпионатов. Но по истечению календарного года коллегиально проходит денежное распределение накопленной прибыли.

Несколько иная ситуация складывается в Международной Португальской ассоциации учителей бальных танцев (APPDSI). APPDSI является членом мировой организации WDC (World Dance Council) — Мировой Танцевальный Совет. WDC является зарегистрированной компанией с ограниченной ответственностью, которая была основана в Эдинбурге (1950 г.).

Основная цель на момент ее формирования — обеспечение согласованности в проведении чемпионатов мира по бальным танцам. Эта цель была успешно достигнута. Первоначально эта организация состояла из 9 европейских стран. По данным текущего года в WDC входят уже 62 страны мира, включая и Португалию.

Изначально соревнования WDC проходили исключительно в категории «профессионалы». Но, начиная с 2007-го года, в конкурсную программу была включена любительская лига. Классификация турниров WDC:

- World Championships (Чемпионаты Мира);
- Standard (Стандарт), Latin (Латина), Ten Dance (10 танцев), Ballroom Show Dance (Шоу Стандарт), Latin American Show Dance (Шоу Латина);
- World Grand Prixs (Мировые Гранд При);
- Continental Championships (Чемпионаты Континентов);
- World Masters (Мастера Мира);
- Standard, Latin, Ten Dance;
- Other Titles (Другие титулы);
- World Senior Over 40 Years Championships Senior Ballroom (Чемпионат Мира в категории Сеньор после 40-ка лет Стандарт);
- Senior 40 years and over Latin-American.

Скорость музыкального сопровождения конкурсных программ строго регламентирована. Для Ballroom она составляет:

- Waltz: 28 bpm Tango: 32 bpm;
- Viennese Waltz: 60 bpm;
- Slow Fox: 28 bpm;
- Quickstep: 50 bpm.

Для Latin:

- Cha Cha Cha: 30 bpm;
- Samba: 48 bpm;
- Rumba: 22 bpm;
- Paso Doble: 56 bpm;
- Jive: 42 bpm.

Цифра BPM (англ. — beats per minuets) означает количество ударов басовых барабанов в минуту. Номер этих ударов напрямую связан со скоростью, с которой играет музыка — чем больше цифра, тем быстрее музыка.

Во время проведения чемпионата по 10 танцам по правилам не должно быть больше четырех раундов в день. Эта секция всегда начинается с Европейской программы. Перерыв между латиноамериканской и Европейской программами в раунде должен быть не менее 40 минут. А между раундами — 20 минут.

В 1990-м году Португалия вошла в состав Мировой Федерации. На протяжении ряда лет вице-президентом Спортивного комитета WD&DSC являлся Станислав Попов — президент Российского танцевального союза. А с 2003 по 2012 годы он исполнял обязанности вице-президента Всемирного танцевального совета (WDC).

Одним из популярных турниров WDC считается Кубок Кремля, «Kremlin Cup», организуемый Станиславом Поповым. Начав свою историю в 1995 году, Кубок Кремля стал турниром, собирающим лучшие пары мира в латиноамериканской программе.

25 октября 2014 года в Кремлевском дворце прошел юбилейный — 20-й Кубок мира по латиноамериканским танцам среди профессионалов. Все прошедшее двадцатилетие дает яркую картину выступлений звезд мирового латиноамериканского танца.

Все вышеизложенное подтверждает жизнеспособность Республиканских Федераций танцевального спорта Португалии. Конечно, существует разница между политикой двух структур — Federazgo Portuguesa de danza desportiva — FPDD (Португальская федерация танцевального спорта) и Associazgo Portuguesa de Professores de Danza de Salgo Internacional — APPDSI (Международная Португальская Ассоциация учителей бальных танцев). Но их объединяет общность целей и задач, принципов и функций, содержания и форм деятельности. Главная цель деятельности этих федераций — привлечение к занятию спортивным бальным танцем как можно больше людей.

В то же время, наличие двух структур и конкуренция между ними дает танцорам свободу выбора их участия в различных турнирах. Организаторы чемпионатов, конкурсов постоянно пытаются улучшить качество проводимых ими турниров. Наблюдаются переходы танцоров из одной федерации в другую. Но что остается, несомненно, ценным, это опыт, который получают спортсмены, участвуя как можно в большем количестве турниров.

Если в целом в стране улучшается качество танца, это еще не означает, что можно «почивать на лаврах». Для внедрения инновационных подходов и развития танцевального спорта Португалии необходимы современные разработки, соответствующее кадровое, материально-техническое, учебно-методическое, экономическое, юридическое сопровождение.

## ФЕСТИВАЛИ В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ И ДОСУГА В ОМСКЕ

*Л.В. Секретова*

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского*

**Аннотация.** *Рассмотрен опыт организации различных фестивалей в Омске, сохранение традиционных и появление новых фестивалей как форм организации досуга. Анализируются цели и задачи отдельных фестивалей, характеризуются фестивальские программы. Отмечается обогащение основы фестивальных мероприятий ценностями знаковых российских культурно-*

*исторических событий. Обосновывается роль фестивалей в развитии творческих индустрий города, создании условий для развивающегося досуга.*

**Annotation.** *Describes the experience of organization of various festivals in Omsk, the preservation of traditional and new festivals as forms of leisure. The article analyzes the goals and objectives of individual festivals that characterized the festival program. It is noted the enrichment of the framework of a festival the iconic values of the Russian cultural-historical events. The role of festivals in the development of creative industries in the city, creating the conditions for educational activities.*

В Омске идет процесс развития досуговых индустрий и фестивалей. Город давно славится многочисленностью и разножанровостью фестивалей как самодеятельного творчества, так и профессионального искусства. К этому обязывает и подписанный Президентом РФ 24 декабря 2014 года Указ «Основы государственной культурной политики». Необходимость принятия документа обусловлена угрозой гуманитарного кризиса, проявлениями которого являются «снижение интеллектуального и культурного уровня общества; девальвация общепризнанных ценностей и искажение ценностных ориентиров; рост агрессии и нетерпимости, проявления асоциального поведения; деформация исторической памяти, негативная оценка значительных периодов отечественной истории, распространение ложного представления об исторической отсталости России; атомизация общества — разрыв социальных связей (дружеских, семейных, соседских), рост индивидуализма, пренебрежения правами других». В разделе задачи государственной культурной политики в области осуществления всех видов культурной деятельности и развития связанных с ними индустрий поставлена задача: «Развитие фестивальной, гастрольной, выставочной деятельности» [1].

В целях поддержки приоритетных направлений развития культуры, искусства и досуга в Омском регионе проводится широкий спектр фестивалей всероссийского, регионального и муниципального уровней. Рассмотрим фестивальную деятельность за последние годы: каковы ее тенденции, какие традиции поддерживаются, что появляется нового? В 2015 г. уже двадцать первый раз состоялся областной конкурс-фестиваль «Лучшая театральная работа года». Участниками фестивальной программы стали 23 театра. «Театральная весна» была посвящена сразу двум важным событиям — 70-летию юбилею Победы и Году литературы, в программе солидное количество спектаклей военной тематики. В программе фестиваля приняли участие три дебютанта: Театр поэзии «ВИТ» представил сценическое воплощение поэмы Роберта Рождественского «Реквием» — «Это надо — живым!»; театральная студия «Грани» показала спектакль «Завтра была война» по повести Бориса Васильева; студенты библиотечного техникума создали поэтическую композицию на стихи поэтов, погибших на войне — «Последние стихи» [2].

В числе других крупных мероприятий: традиционный областной фестиваль русской культуры «Душа России» (проводится с 1992 г.); областной фестиваль национальных культур «Единение» (в 2014 г. проводился в десятый раз), отметим, что в рамках фестиваля состоялся областной конкурс украинской песни «Зорецвит»; международный фестиваль приграничных территорий Российской Федерации и Республики Казахстан «Да будет дружба искренней и честной» (в 2013 г. прошел четвертый по счету фестиваль); открытый хоровой фестиваль «Только вместе не допустим мы войны», посвященный 70-летию Великой Победы (фестиваль проводится в одиннадцатый раз, начиная с 2005 г.); областной детский православный фестиваль «Преображение» (проводится с 2008 г.); обла-

стной детско-юношеский фестиваль искусств «Либеровская весна», посвященный народному художнику РСФСР А.Н. Либерову (2013 г., 2015 г.). В 2015 г. фестиваль был также посвящен 70-летию Победы в Великой Отечественной войне; Всероссийский детский кинообразовательный фестиваль «Киноостров» (2013 г.); региональные этапы Всероссийского (2013 г.) и Международного (2015 г.) фестиваля-конкурса «Дитя Вселенной» и другие [3].

В Омске находят развитие фестивали, посвященные ярким именам и событиям в истории родного города. Так, с именем народного художника РСФСР А.Н. Либерова связано проведение открытого областного детско-юношеского фестиваля искусств «Либеровская весна». Фестиваль проводится в целях развития художественного творчества детей и молодежи, привлечения внимания к творческому наследию А.Н. Либерова, его учеников и последователей, сохранения и пропаганды лучших традиций русского изобразительного искусства. В программу Фестиваля включены выставки-конкурсы, концерты, мастер-классы омских художников, круглые столы с участием педагогов-художников и искусствоведов, творческие встречи с деятелями культуры и искусства. Конкурсная программа Фестиваля поражает своим многообразием и проводится по десяти направлениям: «Серебряная пастель» — конкурс рисунка в технике пастель; «Музыканты рисуют» — конкурс музыкальной иллюстрации к рисунку, выполненному в любой технике; «Образ, цвет, звук» — блицконкурс рисунка-иллюстрации к музыкальным произведениям; «По Либеровским местам» — конкурс пленэрных работ в технике пастель; «Цифровая пастель» — виртуальный конкурс компьютерной графики по номинациям «Статичная компьютерная графика», «Презентация», «Компьютерная анимация»; «Музыкальная палитра» — конкурс ансамблевого музицирования (по номинациям «Музыка композиторов-классиков», «Музыка современных композиторов», «Народная музыка», «Музыка театра и кино», «Музыка юных композиторов»); «Слова, написанные кистью» — литературно-художественный конкурс на лучший рассказ по одной из картин А.Н. Либерова, выбранной конкурсантами; конкурс «Я рисую, я пишу» на лучшее литературное произведение по художественной работе, выполненной автором-конкурсантом; конкурс юных экскурсоводов на лучшую экскурсию по материалам музейных экспозиций, связанных как с творческим наследием А.Н. Либерова, так и с историей родного края, судьбами людей, составляющих его славу; конкурс юных искусствоведов на лучшее знание изобразительного искусства [4].

В 2013 г. в третий раз состоялся Межрегиональный фестиваль авторов и исполнителей шансона, авторской песни и дворовой лирики «Шансон +», посвященный памяти омского композитора Валентина Сомова. Первый состоялся в 2007 г. Валентин Иванович Сомов — омский композитор, член Союза композиторов России, автор более шестидесяти песен, большинство которых пронизано любовью к родному городу. Его песни звучали и продолжают звучать в исполнении популярных омских исполнителей Татьяны Абрамовой, Светланы Бородиной, Любови Казариной, Михаила Киселева. Организаторами фестиваля стали Министерство культуры Омской области, «Дворец искусств имени А.М. Малунцева», продюсерский центр «Валентин», продюсерский центр «Честь имею» [5].

Ежегодным подарком для омичей и гостей города является праздник «День города». Традиционно его программа обширна и интересна, полна сюрпризов при сохранении лучших традиций любимого городского праздника. В 2015 г. в программу Дня города был включен Первый международный фестиваль уличных театров «Вне Стен», который был задуман как почтение памяти основателя и

художественного руководителя Лицейского театра, заслуженного артиста РФ Вадима Решетникова. В рамках Дня города прошел международный фестиваль духовых оркестров «Фанфары над Иртышом». В нем приняли участие пять духовых оркестров: коллективы омской детской школы искусств № 6, детской школы искусств им. П.И.Чайковского города Алапаевска, муниципальные духовые оркестры из Тюмени и Барнаула, оркестр «Уралбэнд» из Екатеринбурга. В парке 30-летия Победы прошел Фестиваль средневековой воинской культуры «Щит Сибири», в его программе: турнир по историческому фехтованию, массовые постановочные сражения, выступления музыкальных коллективов, школ исторического и народного танца, мастер-класс по игре на этнических барабанах, показательные выступления школ боевых искусств. Мероприятие проходило в интерактивном формате — все гости праздника стали непосредственными участниками событий, иллюстрирующих героические сюжеты мировой истории [6].

Фестиваль «Неделя экспериментального театра» — «Экспериментальные выходы» также был приурочен к празднику День города 2015 г. Его учредителем стало Министерство культуры Омской области, а организаторами — Государственный центр народного творчества, Творческое объединение «ДВА ТЕАТРА» (ШуМиМ и Карусель»). Фестиваль проходил при финансовой поддержке правительства Омской области. Направленный на создание экспериментальной творческой среды в пространстве города, фестиваль объединил театральное, музыкальное, изобразительное искусство, реализуясь в формате уличного действия, тем самым делая искусство доступным большому количеству зрителей. В программе фестиваля, которая была разделена на три тематических дня: «Смотри!», «Слушай!», «Говори!» — прошли городская зарядка; показ перфомансов, уличных спектаклей; музыкальный jam session; поэтический диспут; театрализованное шествие по улицам города; общегородской конкурс фоторабот [7].

В 2015 г. в третий раз состоялся городской фестиваль игровых программ «Радуга игр». Цель фестиваля — популяризация игровой деятельности, обучение общению со сверстниками через игру. Детям были предложены народные, спортивные, танцевальные игры. Один из конкурсантов фестиваля представил программу с участием трехкратных чемпионов мира по дискогольфу Вэлери Дженкинс и Нэйт Досс, которые специально прилетели из США, чтобы провести с омскими ребятами «День летающих тарелок» в одном из омских санаториев. Участие детей во всех программах социального проекта «Радуга игр» было бесплатным. Фестиваль «Радуга игр» конкурсный: на площадках вместе с участниками присутствовало жюри. На церемонии определили победителей в номинациях: «Игры народов мира», «Детская игровая программа», «Игры для детей с ограниченными возможностями», «Игровое театрализованное представление», «Игровая дископрограмма» [8].

В рамках небольшой статьи невозможно описать все многообразие омских фестивалей, тем более, что ежегодно число их увеличивается. Не претендуя на исчерпываемость наших выводов в отношении рассматриваемой темы и ее тенденций, считаем необходимым отметить:

- обогащение смысловой основы фестивальных мероприятий знаковыми культурно-историческими событиями, содержащими общепризнанные российские ценности и формирующими ценностные ориентиры;
- создание фестивалей, связанных с яркими именами и важными событиями в истории и культуре родного города;
- проектирование новых фестивалей;

- насыщение нововведениями программ традиционных фестивалей;
- рост числа фестивалей для детей и юношества;
- развитие и поддержка фестивалей творчества инвалидов;
- этнонаправленность фестивальной деятельности, которая придает ей колорит и массовость;
- внедрение спортивного, физкультурно-оздоровительного содержания в контент творческих фестивалей;
- стимулирование творческой активности горожан, выступление на фестивальных площадках новых коллективов и участников;
- включение разнообразных фестивальных мероприятий в программу празднования Дня города;
- расширение фестивального пространства, обустройство новых фестивальных территорий и площадок;
- включение в процесс организации и проведения творческих фестивалей продюсерских центров, общественных и церковных организаций, благотворительных фондов, национально-культурных объединений;
- привлечение к участию в фестивалях известных, авторитетных и популярных в масштабе всей страны звезд искусства, спорта, шоу-бизнеса;
- официальное и личное участие в фестивальных мероприятиях высшего руководства областного правительства;
- рост интереса к фестивалям, как к крупным событиям в социально-культурной жизни региона, представителей бизнеса и предпринимателей;
- формирование плотного «фестивального календаря» по аналогии с «праздничным календарем».

В целом, можно констатировать повышение значимости фестивалей в развитии творческих индустрий и досуга горожан.

#### *Библиографический список*

1. Указ Президента РФ от 24.12.2014 N 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_172706/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172706/)
2. В программе фестиваля «Театральная весна — 2015» лучшие спектакли. URL: <http://gallerix.ru/news/tea/201504/v-programme-festivalya-teatralnaya-vesna-2015-luchshie-spektakli-lyubitelskix-teatrov-omska/>
3. Официальный сайт Министерства культуры Омской области: Фестивали и конкурсы. URL: <http://www.sibmincult.ru/content/fnk/>
4. Открытый областной детско-юношеский фестиваль искусств «Либеровская весна». URL: <http://www.sibmincult.ru/content/fnk/8/>
5. Официальный сайт Министерства культуры Омской области: Шансон +. URL: <http://www.sibmincult.ru/content/fnk/1/>
6. День города обещает быть насыщенным и интересным. URL: [http://admomsk.ru/web/guest/government/divisions/55/news/-/asset\\_publisher/z60X/content/548446](http://admomsk.ru/web/guest/government/divisions/55/news/-/asset_publisher/z60X/content/548446); День города-2015 в Омске: хроники праздника. <http://omsk.bezformata.ru/listnews/2015-v-omske-hroniki-prazdnika/36121168/>
7. В Омске пройдут «Экспериментальные выходные». URL: [http://www.sibmincult.ru/news/index.php?ELEMENT\\_ID=4279](http://www.sibmincult.ru/news/index.php?ELEMENT_ID=4279)
8. В Омске продолжается фестиваль «Радуга игр». URL: [http://admomsk.ru/web/guest/government/divisions/55/news/-/asset\\_publisher/z60X/content/539439](http://admomsk.ru/web/guest/government/divisions/55/news/-/asset_publisher/z60X/content/539439)



## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СИБИРИ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

*С.Ю. Тополева*

*Государственное автономное профессиональное  
образовательное учреждение Тюменской области  
«Тобольский многопрофильный техникум»*

**Аннотация.** *Рассматриваются факторы зарождения и развития предпринимательства в Сибири в 17-19 веках. Автор выделяет особенности предпринимательства Сибири.*

**Ключевые слова:** *предпринимательство, торговля, производство.*

**Annotation.** *The factors the origin and development of business in Siberia in the 17-19 centuries. The author singles out particular business Siberia.*

**Key words:** *business, trade, production, cultural development of the region.*

Экономика любой страны есть сложная динамичная система, сформировавшаяся как целостная совокупность прочно взаимосвязанных хозяйственных отношений. В трансформационных процессах наряду с институциональными изменениями (например, в экономической сфере) важную роль играет зарождение и стихийное развитие новых массовых форм социального, в том числе экономического поведения. Каждый этап сопровождался своими специфическими чертами и особенностями, уровнем развития производительных сил, разнообразием производственных отношений, изменением форм собственности. Ранее сформулированные фундаментальные предположения классиками экономической мысли не потеряли свою значимость и сегодня. Р. Кантильон был первым, кто ввел в оборот само понятие «предприниматель», т.е. человек, который способен выполнять функцию, отличную от функции собственника. Позднее в работах А. Смита, Д. Рикардо, К.Маркса предприниматель определяется как функционирующий в процессе воспроизводства капиталист. Его роль заключается в присвоении прибыли, созданной рабочей силой [1]. Крайне сложно выделить такие черты, которые будут присущи только предпринимательству, а не любому виду творческой деятельности [2, с. 19–24]. Со временем этот признак был найден и представлял собой инновационный характер предпринимательства, который отличал его от других видов деятельности. Основанием послужила теория экономического развития И. Шумпетера. П. Дракер также работал в этом направлении, который нововведение определял как «особый инструмент предпринимателей, средство, при помощи которого они используют изменения как шанс осуществлять новый вид бизнеса или услуг» [3, с. 12]. К.Э. Варнерид определяет предпринимательство как «деятельность по созданию социальных связей или социальных структур, той сфере, где раньше их не существовало».

В Сибири купечество, как особый сословный слой, сложился к концу XVIII века. Наиболее широкие права на ведение предпринимательской деятельности были представлены купечеству. Достаточно распространенным в составе сибирского купечества, был тип купца — традициониста, для которого в наибольшей степени присущи такие охарактеризованные черты, как ориентация на монополию, как основную форму предпринимательской деятельности, поиск покровительства и поддержки со стороны государственных органов и отдельных чиновников, вкладывание капиталов в уже устоявшихся, приносящие стабильный доход отрасли экономики.

Основная часть капиталов этой самой многочисленной группы купцов обращалась к торговле, как внутренней, так и внешней, а главное содержание торговых операции сводилось к обмену традиционных сибирских промысловых и сельскохозяйственных товаров на мануфактурные изделия, завозившиеся из европейской части страны. В деятельности этой группы купечества наиболее отчетливо проявились и такие присущие сибирскому купечеству приемы и способы накопления капиталов, как хищническое использование природных богатств региона, ростовщическая эксплуатация аборигенного и русского промыслового и крестьянского населения Сибири. Значительную часть своей жизни такие купцы проводили на ярмарках, являвшихся средоточием торгово-промышленной жизни и главным местом совершения коммерческих сделок. Сибирское купечество видело основу своего процветания не в торговле «за семью морями», а в обслуживании нужд местного населения. Не было, пожалуй, такого уголка в Сибири, куда бы ни добирался купец.

В городах купцы были основной движущей силой общества, наиболее влиятельной частью населения, покровительствующей культуре, просвещению являющейся ценителями искусств. Одной из важнейших сторон процесса осознания представителями виднейших предпринимательских династий Сибири, своей ответственности перед обществом, явилось широкое развитие в среде благотворительности и меценатства. Именно в этих двух сферах предприниматели быстрее всего стали осознавать необходимость взять на себя выполнение двух исторических миссий — социальной (борьбы с нищетой) и культурной (создание национальной культуры).

В 1708 г. по реформе Петра Первого Россия была разделена на 8 губерний. Тобольск стал главным городом громадной Сибирской губернии, раскинувшейся от Урала до берегов Тихого океана. И. Завалишин писал о Тобольске тех лет: «Торговля его, некогда цветущая, ныне совсем ушла, значительных капиталов нет, пожары и наводнения, периодически его посещают, не дают ему поправиться и не представляют никаких надежд на будущее» [4, с. 61]. Добрую половину трудового Тобольска кормил Иртыш. Река давала пищу и работу рыбакам, работникам на пристанях и судах. Во время весенних паводков река заливала нижний посад. Вода сносила дома и мосты, разрушила хлебные и соляные амбары и магазины [5, с. 44]. В отношении городских предпринимательских сословий правительственная политика организовывалась на условиях корпоративности. Одно купеческое сословие делилось на три гильдии, которые обладали разным объемом прав.

В Сибири дворянство было немногочисленным, но оказалось более активными, включаясь в предпринимательскую деятельность, в сравнении с дворянством центра России. Для этого у них имелось достаточно условий: занимали высшие должности в губернском управлении, имели первоначальный капитал, пользовались поддержкой казны, направляя капиталы в те отрасли, которые непосредственно зависели от казенных заказов давая гарантированную прибыль.

Одним из массовых сословий Российской империи являлось мещанство. В Тобольской губернии они составляли 47,5% населения. Термин мещанство имел три значения: «городские обыватели», «среднего рода люди», мелкие торговцы и ремесленники. Мещане составляли отдельное сословие городских жителей — «мещанское общество». Звание мещанина было наследным и потомственным [6, с. 153]. Мещане занимались мелкой торговлей, извозом, содержанием постоянных дворов, харчевен, трактиров, домашним хозяйством (скотоводство, огородничество, заготовка сена), служили у купцов приказчиками, доверенными, работали по найму на торговых складах, мануфактурах, пушных и рыбных промыслах [7, с. 34].

Для мещан занимающихся «мелочной» торговлей, определялось три формы отчетных документов: кассовая книга для ежедневного учета прихода и расхода; товарная — для записи всех полученных товаров; расчетная — для учета долгов и счетов. Торгующие в розницу вели еще книгу регистрации торговых документов. Документ, принимавшийся у мещан в качестве доказательства городского гражданства, одновременно свидетельствовал об имущественном положении [8, с. 58–59]. В 1824 Александр I заметно «подсек» предпринимательскую инициативу мещан. Он издал закон, обязывающий покупать мещанские торговые свидетельства, в которых фиксировались все виды деятельности, способ торговли, перечень товаров... Цена мещанских свидетельств была непомерно высокой: при сохранении 8 рублей подушной в год мещанин в данном случае должен был платить от 40 до 120 рублей, в зависимости от класса местности. Для основной массы мещан такие оклады были непосильны и через 2 года они были отменены, но сам принцип фискальной политики не изменился.

Во второй половине XVIII в результате процесса расслоения среди крепостных крестьян появляются богатые, «капиталистские» крестьяне, имеющие крупные капиталы (от 50 до 120 тыс. руб.). Эти «капиталистские» крестьяне владели мануфактурами, вели крупную торговлю. «Они, — писал о крестьянах министр финансов Гурьев, — занимаются всякими рода торгами во всем государстве, вступают под именем и по кредиту купцов или по доверенности дворян в частные и казенные подряды, поставки и откупа, содержат заводы и фабрики, трактиры и постоянные дворы, и торговые бани, имеют речные суда и производят рукоделья и ремесла наемными людьми». Значительная часть доходов «капиталистских» крестьян шла в пользу помещика [9].

«Торговыми воротами» Сибири в середине 19 века была Тюмень, занимающая пограничное положение между Европейской Россией и Сибирью, а так же через Тюмень проходил главный коммерческий тракт всех сибирских караванов, торгующих с Кяхтой.

Тюмень специализировалась на обработке животного сырья. Основы предпринимательства в Тюмени составило кожевенное производство, город по праву считался «кожевенным цехом» Сибири [10, с. 72–74]. Хозяйственными центрами своей округи являлись новые города Ишим, Ялуторовск, Курган. Эти города находились на юге Западной Сибири, в районе развития земледелия и животноводства. Названные города стали значительными центрами торговли хлебом в Западной Сибири, в районе развития земледелия и животноводства. Промышленность в основном специализировалась на переработке растительного и животного сырья. Сосредоточение больших запасов хлеба в Ялуторовске и Кургане вызвало появление в этих городах и уездах предприятий по переработке зерна (мельниц, крупушек). Промышленность Ишима состояла, главным образом, из салотоплеех заводов, так как в город доставляли сало, кожи, овчины из Петропавловска и его окрестностей. Березова и Сургут — места сосредоточения торговли с северными народами. Березова, последний пункт в котором закон позволял торговлю спиртными напитками, дальше на север ввоз водки был запрещен. Одним из основных занятий русских жителей северных городов было ведение рыболовческого хозяйства [11, с. 201].

В 1824г. вводилась сословно-патентная система обложения торговли и промыслов. Данная система предоставляла право за определенные пошлины заниматься стационарной торговлей всем желающим [12, с. 11]. В 1834 г. было введено положение о купеческих книгах, предназначенных для фиксирования объема частной

торговли купцов [13, с. 803]. Для удовлетворения своего фискального интереса, государство, стимулировало развитие торговли и промыслов собирая налоги в рамках каждого сословия. Участники торгово-промышленной деятельности различались сословными правами, социальным статусом и степенью участия в предпринимательской деятельности. Наиболее многочисленны в рыночных отношениях представители купеческого сословия. Мещане представляли мелкое и среднее предпринимательство. Торговые городские крестьяне осуществляли торговлю на городских рынках. Законодательно было установлено, что чиновники не имеют право заниматься предпринимательской деятельностью. Уйдя в отставку, только лишь в этом случае они могли вступить на этот путь. Военные находились на государственной службе и у них не хватало времени заниматься торговой деятельностью. А после, будучи отставными военными, принимали небольшое участие в предпринимательской деятельности. Дворянство слабо проявляло себя в торгово-промышленной деятельности, возможно по причине отсутствия большой собственности, земель, а так же психологического настроя.

Основной системой налогообложения предпринимателей, за 10 лет перед реформой 1861 года, осуществлялась в сборе за свидетельство на право торговой или промышленной деятельности, сбор за билеты на право содержания лавок и промышленных заведений (сверх 3-х, на которые выдавались бесплатные билеты). При капитале более 15 тысяч рублей сбор за свидетельство с некоторыми процентными надбавками составлял 600 рублей, от 6 до 15 тысяч — 264 рубля и от 2,4 до 6 тысяч — 66 рублей в год. За билеты при капитале более 6 тысяч уплачивался дополнительный сбор: в столицах Москве и Петербурге — по 30 рублей, в прочих местностях — по 23 рубля. Существовал сбор за свидетельства на право содержания мелких торговых и промышленных заведений, принадлежащих крестьянам и мещанам. Очевидное несоответствие между состоятельностью предпринимателя и размерами его обложения правительство пыталось компенсировать некоторыми льготами. Одной из таких льгот было освобождение от уплаты гильдейского сбора владельцев, так называемых домашних заведений — мелких промышленников, другой льготой было освобождение на 1 год от выборки торгового свидетельства лиц, состоявших в гильдиях и имевших намерение открыть промышленные предприятия. Серьезность таких намерений подтверждалось удостоверениями подписанными губернаторами [14, с. 350–351].

Накоплению купеческих капиталов способствовали рыболовные промысла. Русские жители городов Березова, Сургута арендовали угодья у северных народов и переходили к ведению развитого рыболовного хозяйства. Арендные сделки заключались на небольшой срок — на одно лето, в единичных случаях на — три года. Со временем круг местных арендаторов существенно расширился: они объединяются в промысловые артели и ведут добычу рыбы на уровне капиталистического предпринимательства [15, с. 66]. В середине XIX века только из Березова выходило ежегодно до 30 рыболовных судов, принадлежащим местным купцам. Наиболее активное участие в рыбных промыслах принимали сургутский купец И. Варгунов и Березовский купец Нижегородцев [16, с. 18–27]. Купцы-рыбопромышленники брали в аренду или скупали за бесценок рыболовные пески у северян. За самый богатый песок купец давал не более 200 рублей серебром.

В первой половине XIX столетия в Сибири, как во всей России шел процесс разложения феодального строя и вызревания в его недрах капиталистических форм хозяйства. Реформа 1861 года ускорила развитие капитализма в стране. Но для Тобольска XIX век явился периодом экономического застоя и увядания. Некто

Беляев на юбилейном заседании городской думы в 1887 году меланхолически отвечал: «Тобольск спел свою лебединую песню. Этот маститый старец может гордиться лишь своей исторической славой». К середине XIX столетия положение Тобольска в системе экономических связей резко изменилось. Утратил былое значение старый водный путь по сибирским рекам в Китай. В 1838 году был выправлен сухопутный сибирский тракт: он прошел от Екатеринбурга на Тюмень, Ялуторовск и Ишим, оставив в стороне старую сибирскую столицу. Отъезд из города большой массы служилого и чиновничьего люда привел к резкому сокращению спроса на продукцию Тобольской промышленности. Упала городская торговля. В начале века Тобольск был самым крупным сибирским городом по числу жителей, домов и лавок. Но к 50-м годам по населению он перешел на второе (после Иркутска), а по числу торговых заведений — на шестое место в Сибири.

К середине 19 века в Тобольской губернии насчитывалось 165 ярмарок и торжков, из них 19 в городах и 146 в округах. Наиболее крупная из них Васильевская ярмарка в Тюмени, учрежденная в 1845 году, Никольская в Ишиме и Обдорская ярмарка [17, с. 147–148]. После открытия движения по Сибирской железной дороге, постепенно стала угасать ярмарочная торговля, как единственное средство обмена между регионами, игравшая огромную роль в торговой жизни Сибири в целом и Тобольской губернии в частности. Роль крупных центров от ярмарок переходит к основным сибирским городам, расположенных вдоль железнодорожной магистрали. На первое место выходят такие формы торговли как магазины, лавки, оптовые склады, товарные биржи.

В середине XIX века на реках Западной Сибири появилось пароходство. Ободренные успехом тюменских предпринимателей тобольские купцы Плотников, Горский и Шишкин в 1870 году основали товарищество «Дружина» для пароходного плавания по Оби, Иртышу и их притокам [18, с. 65]. Отсутствие транспортных связей с другими районами страны, являлось одной из причин низких темпов экономического развития Тобольска. Только лишь летом, в период навигации, грузы могли поступать в Тобольск. Развитие пароходства на Иртыше, конечно, способствовало экономическому росту Тобольска, но оно, ни в коем мере не могло компенсировать те потери, которые городу несло развернувшееся в Сибири железнодорожное строительство. В 1887 году железная дорога соединила с Уралом Тюмень. В 90-х годах Курганский уезд Тобольской губернии пересекла Транссибирская магистраль. Тобольск, снова оставшись в стороне от жизненно важных путей, потерял всякую надежду на лучшее будущее. Принятие закона 1898 г. определялось необходимостью перехода к подоходно — прогрессивной системе налогообложения. В отличие от прежних сборов, промысловый налог 1898 г. делал объектом обложения не предпринимателя, а предприятие. В связи с изменением порядка налогообложения изменялся и социально — правовой статус купечества. К 90-м гг. XIX в. сословные привилегии купечества имели уже небольшое значение. В период подготовки реформы налогообложения поднимается вопрос о целесообразности сохранения сословных купеческих прав. Однако в результате обсуждений было решено сохранить существующие привилегии., но отделить их от права на занятие предпринимательской деятельностью. Это как раз нашло отражение в разделении свидетельств на промысловые и гильдейские [19, с. 14–15].

Таким образом, принадлежность к купеческому сословию оплачивалась гильдейским сбором в виде промыслового налога. Предприниматели, остающиеся в купеческой гильдии и пользующиеся сословными правами и привилегиями кроме сословного купеческого свидетельства должны были, приобрести промысловое свидетельство.

Сокращение выбранных гильдейских свидетельств объясняется, прежде всего, тем, что промысловые свидетельства высших разрядов, дающие права выбирать купеческие свидетельства, могли выкупать только очень богатые люди [20, с. 47–48].

Таким образом, купечество играло важную роль в жизни сибирских городов. Владея значительной частью торгово-промышленных заведений, недвижимостью, оно, по сути составляло большую часть органов самоуправления.

Предпринимательство — уникальное социальное явление, присущее наиболее активным представителям общества, отражая реакцию общества на изменение социальных условий и общественного спроса, увеличивая или уменьшая количество предпринимателей в зависимости от необходимости повышения или снижения доли рыночных отношений в экономической системе.

#### *Примечания*

1. Жилинский С.Э. Предпринимательское право (правовая основа предпринимательской деятельности: учебник для вузов / предисл. проф. В.Ф. Яковлева. 6-е изд., обновл. М.: Норма, 2005. С. 53.
2. Хитрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. М., 1992.
3. Drucker P. *Enterprenrship and innovation*. N.V. ,1985. P. 19. См. по Модель Б.С. Профессиональная культура предпринимателя /Социологические исследования. 1997. № 10.
4. Копылов Д.И., Прибыльский Ю.П. Тобольск. Тюмень: Вектор-Бук, 2007.
5. Копылов Д.И. Прибыльский Ю.П. Тобольск, Свердловск. Средне-Уральское кн. изд-во, 1975. С. 44.
6. Миронов Б.Н. Внутренний рынок России во 2-й половине 18 — 1-й половине 19 в. Л., 1981.
7. Скубневский В.А., Гончаров Ю.М. Указ. соч. С. 34.
8. Рабцевич В.В. Сибирский город в дореформенной системе управления. Новосибирск, 1984.
9. Государственная политика в области малого предпринимательства в 1861–1920 гг.: на материалах Восточной Сибири тема диссертации и автореферата по ВАК 07.00.02, кандидат исторических наук Глушенко Татьяна Александровна.
10. Свод статистических сведений о городах Западной Сибири за 1848 г.
11. Клокман Ю.М. Социально-экономическая история русского города, вторая половина 18 века. М., 1967.
12. ПСЗ. Т. XXXIV.
13. ПСЗ. Т. XXXV.
14. Шилкина С.З. Мещане // Былое. 1992. № 8.
15. Шпалтаков В.П. Купеческий капитал в Сибири в первой половине 19 в. // Экономические и социальные проблемы истории Сибири. Томск.1984.
16. ТФ ГАТО, ф. И-329, оп. 4773, д. 15, л. 13,18.
17. Памятная книга Тобольской губернии 1860 год.
18. Никитина И.Ю. Уральский институт бизнеса им. И.А. Ильина «О благотворительности и меценатстве и социальной ответственности в истории России».
19. Сарцев А.В. Указ. соч. С. 14–15.
20. Рабинович Г.Х. Указ. соч. С.47–48.



Раздел I

**СОВРЕМЕННЫЕ  
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ  
ПРАКТИКИ**

## МУЗЫКАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В ТГИК КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ МУЗЫКОВЕДА-ПРОСВЕТИТЕЛЯ

*М.В. Базилевич*

*Колледж искусств Тюменского государственного института культуры*

**Аннотация.** Музыкальная журналистика рассматривается в работе в качестве самостоятельной области прикладного музыковедения, а также как важная составляющая профессиональной деятельности современных музыкантов-теоретиков, выступающих в роли корреспондентов Средств массовой информации. В статье раскрываются концепция, основные методы и формы преподавания дисциплины «Музыкальная теле— и радиожурналистика», внедряемые автором на отделении теории музыки в Колледже искусств Тюменского государственного института культуры.

**Annotation.** This work considers Musical journalism as an independent field of applied musicology, and as an important component of professional work of contemporary musicians-theorists as correspondents of mass media. The article introduced the concept of the methods and basic forms of teaching «Musical Television and radio journalism,» implemented by the author in the department of music theory in the College of Art of Tyumen State Institute of Culture.

Одним из важнейших условий успешной профессиональной реализации современного музыковеда является «универсальность», понимаемая как способность к совмещению различных видов деятельности в качестве музыкального педагога, научного исследователя и музыкального просветителя. При этом приоритетными направлениями академического музыкального образования музыкантов-теоретиков традиционно выступают сферы педагогики и науки, отодвигая «на второй план» отрасль «прикладного музыковедения» [5] (термин Т.А. Курышевой).

Однако, сложившаяся в музыкальной культуре непростая ситуация, связанная с утверждением потребительского отношения к музыкальному искусству, с ослаблением интереса к академической музыке, с утратой духовных и ценностных ориентиров, свидетельствует о высокой потребности современного общества в высокопрофессиональных, преданных своему делу просветителях-музыковедах. В этой связи, немаловажное значение в профессиональной реализации современного музыканта-теоретика приобретает корреспондентская деятельность в Средствах массовой информации (далее — СМИ), неслучайно называемых «четвертой властью» и являющихся наиболее мощным и демократическим средством воздействия на общественное сознание.

Однако лишь в последние годы в нашей стране появились музыкальные ВУЗы, ориентированные на формирование просветителей-специалистов подобного профиля. Например, в 2003 году в Нижегородской консерватории им. М.И. Глинки было открыто дополнительное образовательное направление «Прикладное музыковедение» [6]. В настоящее время в Московской, Нижегородской, Казанской консерваториях осуществляется обучение музыковедов по направлению подготовки 073000.62 (53.03.06) «Музыкознание и музыкально-прикладное искусство» (квалификация «бакалавр») по профилю «Музыкальная журналистика и редакторская деятельность в



СМИ». Актуальнейшую задачу воспитания универсального музыковеда-просветителя реализует и Тюменский государственный институт культуры (ТГИК), где процесс формирования юных музыкальных просветителей — журналистов, редакторов, лекторов начинается уже на этапе среднего профессионального образования.

В колледже искусств, являющимся структурным подразделением названного института, согласно Федеральному государственному образовательному стандарту последнего образца, выпускники, обучающиеся по специальности 53.02.07 «Теория музыки», получают квалификацию «преподаватель, *организатор музыкально-просветительской деятельности*». Содействовать становлению юных просветителей-музыковедов призван целый комплекс преподаваемых дисциплин, среди которых немаловажную роль играет изучение предмета «*Музыкальная, теле- и радиожурналистика*». Наряду с предметами «Риторика», «Основы музыкальной критики и изучение музыковедческой литературы», «Основы литературного и музыкального редактирования» он входит в Междисциплинарный комплекс «Основы журналистской деятельности в области музыкального искусства».

*Целью* изучения названной дисциплины является подготовка квалифицированных специалистов, способных к профессиональной корреспондентской деятельности в СМИ музыкальной культуры. *Задачи* предмета включают в себя: освещение основных этапов эволюции музыкальной журналистики в контексте истории музыки и истории культуры; получение знаний в области методологии, теории и истории музыкальной журналистики; ознакомление с современными формами и жанрами журналистской и корреспондентской деятельности; ориентация в мире современных (и в том числе местных) СМИ; формирование у обучающихся интереса к музыкально-журналистской деятельности и становление их собственной критической позиции; подготовка учащихся к практической работе в области печати, радио и телевидения.

Таким образом, перед преподавателем «Музыкальной, теле- и радиожурналистики» предстает весьма обширное поле деятельности. Необъятные перспективы, открываемые дисциплиной, предполагают как различные направления ее изучения, так и значительную долю творческого вклада педагога. В рамках настоящей статьи представляется возможным наметить пути освоения предмета в рамках СПО, остановившись подробнее лишь на некоторых основополагающих методах и формах работы.

Так, *примерный тематический план и содержание учебной дисциплины* «Музыкальная, теле- и радиожурналистика» может вкачать в себя следующие темы: 1. Журналистика и общество. Типология журналистики. 2. История музыкальной журналистики в России. 3. Сбор и обработка информации. 4. Музыкальная журналистика как словесное творчество. 5. Макет и верстка сегодня; 6. Жанры музыкальной журналистики (в прессе, теле-, радио- и интернет-журналистике). 7. Современная пресса о музыке.

Необходимо отметить, что в особенно тщательной *теоретической проработке* нуждаются 4-й и 6-й разделы дисциплины. Именно здесь преподаватель может столкнуться со значительными трудностями, поскольку предмет «Музыкальная теле- и радиожурналистика» недостаточно оснащен учебно-методической литературой. Единственное специализированное учебное пособие, рассчитанное на студентов консерваторий и вузов искусств, принадлежит перу Т.А. Курьшевой [5]. В данной ситуации верным решением нам представляется обращение к пособиям и учебникам по общей журналистике, среди которых можно выделить труды В.А. Аграновского [1], В.В. Ворошилова [2], М.А. Картера [3], С.Г. Корконосенко [4] и других. Успешное

решение обозначенных выше целей и задач предмета также требует от преподавателя музыкальной журналистики применения целостного и последовательно реализуемого комплекса педагогических методов.

Большое значение принадлежит *методу наглядного обучения*, в рамках которого происходит знакомство студентов с журналистской продукцией разных форм и жанров, а также анализ наиболее интересных и значимых образцов. В качестве дидактического материала необходимо привлекать произведения из сферы печатной публицистики, телевидения и всемирной системы компьютерных сетей «Интернет» местного, регионального и федерального уровня (например: материалы официального сайта и «Летописи отдела по внеучебной работе» ТГИК, статьи регионального журнала «Культура Урала», федеральных газет «Музыка России» и «Музыкальная газета», журналов «Музыкальная жизнь», «Музыкальная Академия», «Музыка и время»).

Действенным средством формирования у студентов интереса к журналистской деятельности также являются *игровые методы обучения*, в частности, — познавательные развивающие игры (агональные или театрализованные). Агональные игры предполагают личные или командные состязания, основанные на освоении фактологии или профессиональной терминологии (по типу телевизионных игр «Брейн-ринг» или «Что? Где? Когда?») или создании конфликтной ситуации (по типу игр «К барьеру!», «Я права»). Игры-театрализации базируются на принципе исполнения студентами определенных ролей с возможностями импровизации «разыгрываемого» действия (воспроизведении учащимися ситуации телевизионного интервью, репортажа с места событий, ток-шоу и т.п.).

Наконец, наиболее значимым методом является *метод практического обучения*. Актуальной формой практической деятельности студентов выступает самостоятельное создание журналистских сочинений, рецензирующих концертную деятельность или освещающих общественные мероприятия ТГИК, в разнообразных жанрах (например: заметка, репортаж, интервью, эссе). Подобные «пробы пера» начинающих музыкальных журналистов могут служить основанием для текущей и итоговой аттестации, а также публиковаться в местных учебных изданиях, городской прессе, размещаться в сети «Интернет», выполняя маркетинговые функции. Необходимо подчеркнуть, что практической работе нужно уделять наибольшее количество учебного времени и прилагать к ней максимум усилий как со стороны обучающихся, так и со стороны педагога. Ведь львиная доля ответственности за качество публикуемого материала ложится именно на плечи преподавателя, нелегкая задача которого — донести до своих учеников воспитательное значение и великую силу художественного, эмоционального, образного, воистину просветительского слова о музыке.

Таким образом, формирование современного музыковеда-просветителя в Тюменском государственном институте культуры осуществляется уже на ступени среднего профессионального образования в рамках дисциплины «Музыкальная теле— и радиожурналистика». Значение данного обстоятельства трудно переоценить. Ведь изучение названного предмета не только дает замечательную возможность юному студенту-теоретику попробовать свои силы в сфере прикладного музыковедения, но и создает стимул для дальнейшего более углубленного изучения музыкальной журналистики на высшей ступени музыкального образования (в ТГИК — в контексте дисциплин «Основы музыкальной критики» или «Связи с общественностью», входящих в вариативную часть «Цикла истории и теории музыкального искусства» ООП ВПО по направлению подготовки 073000

«Музыказнание и музыкально-прикладное искусство», квалификация «бакалавр»). А также, что весьма вероятно, — продолжить свою дальнейшую профессиональную деятельность в качестве сотрудника сферы по связям с общественностью, репортера печатных и телевизионных СМИ или интернет-обозревателя.

#### *Литература*

1. Аграновский В.А. Вторая древнейшая: беседы о журналистике. — М., 1999.
2. Ворошилов В.В. Журналистика: учебник. 5-е изд. — СПб., 2001.
3. Картер М. Современный дизайн газеты. — М., 1995.
4. Корконосенко С.Г. Основы теории журналистики. — СПб., 1995.
5. Курышева Т.А. Музыкальная журналистика и музыкальная критика: учеб. пособие. — М., 2007.
6. Птушко Л.А. Музыкальная журналистика: от теории к практике // Знание. Понимание. Умение. — Нижегородская гос. консерватория им. М.И. Глинки, 2010. — Вып. 1.

## МОТИВАЦИЯ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ ХОРЕОГРАФА КАК УСЛОВИЕ ТВОРЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ К ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*В.С. Лебедев, Я.Д. Борисова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В статье освещаются мотивационные факторы выбора профессии хореографа. Авторы на основе личного опыта раскрывают особенности выбора профессии школьниками, критерии оценки будущей профессии, возможности привлечения детей к обучению танцам. Излагаются результаты опросов и анализ факторов и мотиваций выбора профессии хореографа-педагога студентами, обучающимися в Тюменском государственном институте культуры.*

**Annotation.** *The article highlights the motivational factors of choosing the profession of a choreographer. The authors on the basis of personal experience disclose the specifics of the career choices made by students, evaluation criteria of a future profession, opportunities to engage children in learning dances. Outlines of the surveys and the analysis of factors and motivations of career choice choreographer-teacher students studying at the Tyumen state Institute of culture.*

### **Введение**

Мотивации выбора профессии обусловлены выраженным практическим запросом, который сформировался в условиях глубоких экономических преобразований, происходящих в последние годы в государстве. В настоящее время разнообразие профессий включает в себя различные интересные возможности их выбора молодыми людьми. Это довольно сложный и порой долгий мотивационный процесс, так как профессиональная деятельность в жизни человека является основой в выполнении социальных и производственных ролей.

Хореографическое искусство приобрело широкое распространение в дошкольных учреждениях, общеобразовательных школах. Хореографические отделения в школах искусств и хореографические школы показали свое эффективное влияние на формирование эстетических качеств детей и подростков. Наши

наблюдения свидетельствуют, что дети, изучающие искусство танца с удовольствием посещают занятия в течение длительного времени, проявляют настойчивость и усердие в приобретении танцевальных знаний и умений. В свою очередь преподаватели хореографии, используя специфические средства искусства танца, заинтересованность детей, проводят большую воспитательную работу, а также влияют на гармоничное развитие личности и выбор будущей профессии.

Хореография играет большую роль в воспитании культуры подрастающего поколения и своей привлекательностью, эмоциональностью, изящностью способствуют выбору профессии хореографа. «Хореография — искусство синтетическое, в ней музыка оживает в движении, приобретает осязательную форму, а движения как бы становятся слышимыми. В занятиях хореографией руководителем коллектива особое внимание уделяется не только развитию ритмической, но и эмоционально-действенной связи музыки и танца» [4, с. 51].

Выбор профессии педагога-хореографа студенты осуществляют в соответствии с тем или иным мотивом, который стимулирует качество учения данной профессии. Если принять во внимание, что мотив — это не что иное, как предмет потребности, или опредмеченная потребность, то для будущих хореографов такими предметами могут быть чисто познавательный интерес, стремление лучше подготовиться к самостоятельной профессиональной деятельности, занять достойную нишу в обществе, быть успешным и удовлетворенным своими успехами.

Проблема мотивации выбора профессии — одна из важнейших тем в такой науке, как педагогика. Мотивационно-потребностные компоненты учебной и учебно-профессиональной деятельности рассматривались многими отечественными и зарубежными учеными (Л.И. Божович, Р.С. Вайсман, М.Р. Гинзбург, И.П. Ильин, Е.А. Климов, В.Я. Кикоть, Г.А. Мухина, А.Н. Печников, В.А. Якунин и др.)

Теоретики современной хореографической педагогики Л. Богаткова, А. Шевчук считают, что привлечение ребенка к танцевальному искусству важно для его духовного развития, формирования необходимых моральных качеств и раскрытия творческого потенциала.

В работах отечественных зарубежных исследователей феномен хореографии нашел глубокое теоретическое осмысление с позиции философии, социологии, психологии и педагогики.

Занятия искусством раскрепощают творческие силы каждого ребенка, максимально развивая их соответственно возрастной деятельности, что способствует формированию положительной мотивации к труду, развитию интеллекта, максимальному развитию возможностей учащихся. Развивает также духовные силы, что означает формирование конструктивных способностей, своеобразного «Я» ребенка.

Во время обучения в школе, мы заметили, что занятия хореографией способствовали развитию творческих способностей. Все девочки резко улучшили успеваемость по общеобразовательным предметам, особенно гуманитарного цикла. Улучшилась культура поведения, взаимоотношение. Дети совершенно по-другому стали воспринимать и оценивать произведения, изучаемые на уроках литературы, улучшились результаты по истории, географии и особенно биологии, видимо, связано это с осанкой фигуры и физическим совершенством. Учащиеся стали больше общаться между собой по законам красоты — по законам искусства.

Самым важным, неотложным и трудным делом для старшеклассника является выбор профессии. Психологически устремленные в будущее и склонные даже мысленно «перепрыгивать» через незавершенные этапы, дети внутренне уже тяготятся школой; школьная жизнь кажется им временной, ненастоящей, пред-

дверию другой, более богатой и подлинной жизни, которая одновременно манит и пугает его [3, с. 52].

Выбор профессии и овладение ею начинается с формирования мотивационных факторов. На этом этапе ученики в большинстве уже сформировали для себя задачу выбора будущей сферы деятельности, с учетом имеющихся психологических и психофизиологических ресурсов. В это время у учащихся формируется отношение к определенным профессиям, осуществляется выбор учебных предметов в соответствии с выбранной профессией.

Многое может стимулировать появление интереса к определенной профессии: учение, люди, книги, телевидение. Подростки интересуются многим, часто ориентируются в нескольких направлениях одновременно, посещают различные секции и кружки. Очень часто они переоценивают свои возможности в привлекающей их профессии. Занятия в кружках помогают подростку осознать свои склонности, возможности, недостатки.

При выборе направления обучения на первом месте для молодых людей стоят критерии престижности профессии и перспективы последующего трудоустройства. Мнения, опыт и личный пример других людей играют второстепенную роль. Хотя, это именно те источники, которые могут дать самую непосредственную информацию о будущей профессии.

Итак, выделим основные критерии оценки будущей профессии:

- экономические (структура экономики, востребованные профессии, потенциальные работодатели);
- содержательные (содержание профессии);
- личностные (проф. качества, умственные способности, психологические особенности);
- медицинские (состояние здоровья);
- образовательные (достаточный уровень образования, содержание предстоящего обучения).

Из многочисленных вопросов разработанных психологами с целью определения выбора старшеклассниками будущей профессии, мы выделили следующие:

Какие функции выполняет работник данной профессии? Интересно ли вам это?

Что вам предстоит изучать и осваивать, обучаясь профессии? Сможете ли вы это?

Какие профессиональные качества требует профессия от работника? Есть ли у вас это?

Какого уровня образования достаточно для освоения профессии, и в каких учебных заведениях ведется обучение?

Какие имеются возможности карьерного роста и продолжения обучения?

Эти вопросы легли в основу анкетирования студентов, обучающихся специальности «Педагогика балетного танца» ТГИК.

В формировании эстетической и художественной культуры личности школьная хореография как один из красивейших разделов искусства является важнейшим аспектом эстетического воспитания. Хореография — это мир красоты движения, звуков, световых красок, костюмов, то есть мир волшебного искусства. Дети стремятся увидеть это на балетных спектаклях, в художественных альбомах, видеофильмах. Последующие их самостоятельные мнение и суждение порой заслуживают уважения. Доктор Селия Спарджер, автор книги «Анатомия и балет», бывший консультант Королевского балета Англии, писала, что «балет является слишком сложным средством воспитания осанки, дисциплинированного и красивого движения, быстрой мозговой реакции и сосредоточенности, чтобы ограничить его изучение лишь для немногих избранных» [8].

Занятия хореографическим искусством способствуют физическому развитию детей и обогащают их духовно. Это гармоничное занятие привлекает и детей, и родителей. Ребенок, владеющий балетной осанкой, восхищает окружающих. Но ее формирование — процесс длительный, требующий многих физических, психических, волевых усилий от детей.

Чувство ответственности, так необходимое в жизни, двигает детей, занимающихся хореографией, вперед. Аккуратность в хореографическом исполнительстве, опрятность формы в хореографическом классе переносится и на внешний вид детей в школе. Они выделяются не только своей осанкой, но и прической, чистотой и элегантностью ношения одежды.

Хореографическое искусство у ребенка является дополнением и продолжением его реальной жизни, обогащая ее. Занятия этим искусством приносят ему такие ощущения и переживания, которых он не мог бы получить из каких-либо иных источников [7, с. 256].

Педагог-хореограф — автор и постановщик танцевальных программ, балетов, хореографических номеров, танцевальных сцен в опере, может являться одновременно и руководителем целой балетной труппы. Являясь специалистом в области хореографии он прекрасно знает как практические дисциплины этого искусства, так и его теорию, и историю развития. Помимо этого, он обладает умением передать эти знания, обучить других людей танцам, что является непростой задачей. Поэтому, хороший педагог по хореографии, это еще и психолог, и в некоторой степени тренер, и в огромной степени воспитатель.

Педагог-хореограф формирует, развивает и укрепляет у детей потребность в общении с искусством, понимание его языка, любовь и хороший вкус к нему. Это человек своего времени, человек высокой культуры и глубоких знаний, в совершенстве владеющий основами профессионального мастерства. От его мировоззрения и эстетических позиций зависят направления творчества и гражданско-идейные устремления всего творческого коллектива.

Что касается педагогического мастерства, то мы считаем, что мастерство педагога — это не только профессиональное значение, но и творческое претворение на практике всех средств, приемов, методов и признаков, вытекающих из закономерностей обучения и воспитания. Мастер обеспечивает свободное развитие каждого и создает условия для развития таланта [1, с. 203].

Художественный руководитель не только балетмейстер, но и воспитатель. Конечно: «Балетмейстеры — народ разный, как впрочем, и все люди: С одним работается легко и спокойно, испытываешь творческие радости и огорчения; другие жестоко требуют беспрекословного соблюдения своей воли, ни на шаг, не отступая от своих замыслов» [5, с. 84]. Культура поведения балетмейстера на работе и в жизни имеет огромное воздействие на коллектив, а так как хореографические коллективы — это в основном молодежь, то можно себе представить, какое огромное как положительное, так и отрицательное влияние оказывает личная жизнь, личный пример художественного руководителя. Талант, ум, долг, справедливость, чистая совесть никогда не подведут, это является творческим кредом художественного руководителя коллектива. Иначе сколько ни тверди о нравственности, коллектив всегда увидит безнравственное поведение своего руководителя с соответствующими выводами.

Нами был проведен опрос 20 студентов 1 курса факультета театра, музыки и хореографии Тюменского государственного института культуры, направления подготовки хореографическое искусство, специальность «Педагогика бального танца». Респондентам предстояло ответить на ряд вопросов, связанных с мотивами выбора профессии, а также участие в опросе «Почему и зачем вы хотите стать хореографом?»

Результаты, полученные нами в ходе анкетирования, помогают понять, что у большинства студентов преобладают внутренние индивидуально значимые мотивы. Внутренние мотивы выбора профессии — ее общественная и личная значимость; удовлетворение, которое принесет будущая работа благодаря ее творческому характеру; возможность общения, руководства другими людьми, способствует более качественной учебе в институте. Внутренняя мотивация возникает из потребностей самого человека, поэтому есть предположение, что на ее основе будущий специалист будет трудиться с удовольствием и получать удовлетворение.

Исследования показывают, что преобладание внутренних мотивов наиболее эффективно с точки зрения удовлетворенности трудом.

Анализ ответов на вопрос «Почему и зачем вы хотите стать хореографом?», раскрыл картину мотивации выбора профессии и показал любовь к ней. (Орфография сохранена.)

1. «Я решила стать хореографом, потому что мне нравится работать с детьми любого возраста. Получается, ты делишься знаниями и умениями, а значит, ты что-то значишь, твоя работа-не пустая трата времени. К тому это осознанный выбор в пользу любимого дела»

2. «Я не представляю свою жизнь без танцев! С помощью танца можно выразить все эмоции. Словами может каждый, а движениями нет! Танец-это состояние души и только хореограф знает, как правильно и красиво показать это состояние!»

3. «Я выбрал профессию хореограф, потому что не вижу другого пути для себя. Я рожден для танца. Я хочу передавать свои знания и умения детям, хочу «лепить» из них талантливых людей!»

4. «Я выбрал профессию хореограф, потому что мне нравится данная профессия, мне нравится работать с детьми, обучать их чему-то новому и приносить радость людям».

5. «Я выбрал эту профессию, потому что хочу передавать эту культуру другим людям, передавать эмоции, грацию, попытаться привить любовь к этому делу. Я люблю то, что я делаю».

Личный опыт показывает, что выбор профессии хореографа не труден для личного принятия, однако принятие вашего выбора вашими родственниками очень сложно.

По результатам всех опросов, можно сделать вывод, что основными факторами выбора профессии хореографа являются: общественная и личная значимость; удовлетворение, которое приносит работа благодаря ее творческому характеру. Также мы понимаем, что многие респонденты хотят работать с детьми, что является одним из обязательных качеств педагога.

Итак, проделанная работа, помогает нам составить рейтинг факторов, влияющих на выбор профессии хореографа:

1. Личностное удовлетворение.
2. Сохранение собственной индивидуальности.
3. Работа с большим количеством людей (детей).
4. Обучение своему искусству других людей.

Детские хореографические коллективы вызывают сегодня значительный интерес среди детей и их родителей, имеющие самый большой количественный показатель в системе детского художественного творчества, так как они обладают весьма значительным воспитательным потенциалом, определяемым природой хореографического искусства и необычными возможностями построения педагогического процесса.

Таким образом, проведенные исследования мотивации выбора профессии хореографа как фактора формирования творчества помогают сделать следующие выводы, которые могут выступить рекомендациями выбора профессии:

— чаще всего люди выбирают профессию хореографа исходя из собственных желаний и умений;

— педагог-хореограф, прежде всего, стремится заинтересовать детей, научить их любить и понимать искусство танца, которое расширяет сферу их интересов, обогащает их новыми впечатлениями, эстетическое восприятие, воспитывает эмоциональное отношение к произведениям искусства, учит правильным суждениям в области хореографии;

— успех детей в хореографическом коллективе зависит от преподавателя, который обладает профессиональными знаниями и умело применяет их в учебно-тренировочной работе. Преподавателю хореографии важно знать особенности методики работы с детьми разных возрастов, разбираться в причинах наиболее распространенных ошибок, встречающихся в практике.

Занятия в хореографическом классе имеют большое значение для физического развития детей. Они приобретают стройную осанку, начинают легко, свободно и грациозно двигаться, избавляются от таких физических недостатков, как сутулость, «косолапость», лишний вес и т.д. У них улучшается координация движений.

На занятиях в хореографических классах полезные навыки приобретаются естественно. Дети начинают чувствовать эстетику поведения в быту; подтянутость и вежливость становятся нормой поведения. Они следят за своей внешностью, за чистотой, аккуратностью, изяществом своего костюма и прически.

#### *Литература*

1. Бережнова Л.Н. Этнопедагогика / Л.Н. Бережнова, И.Л. Набок, В.И. Щеглов. — М.: Академия, 2008.
2. Выготский. С. Собрание сочинений: в 6 т. Т. 3 / Л.С. Выготский — М.: Педагогика, 1983.
3. Климов, Е.А. Образ мира в разнотипных профессиях / Е.А. Климов. — М.: Просвещение, 1995.
4. Лиёпа, М.Э. Вчера и сегодня в балете / М.Э. Лиёпа. — М.: Молодая гвардия, 1982.
5. Мухина В.С. Возрастная психология / В.С. Мухина. — М.: Академия, 1997.
6. Прошицкая, Е.Н. Выбирайте профессию! / Е.Н. Прошицкая. — М.: Просвещение, 1992.
7. Пуртурова Т.В., Беликова А.Н., Кветная О.В. Учите детей танцевать / Т.В. Пуртурова, А.Н. Беликова, О.В. Кветная — М.: Владос, 2003.
8. Спарджер С. Телосложение и балет. — Лондон, 1958.

## ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ШКОЛЬНИКОВ В УСЛОВИЯХ СРЕДНЕЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ

*В.С. Лебедев, В.В. Чупрова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** Авторы данной статьи не понаслышке знакомы с проблемами изучения языка, культуры и уклада малочисленных народов тюменского севера. С помощью опытно-поискового метода пытаются донести до широких масс величие труда педагогов по формированию национальной культуры в обычной общеобразовательной школе одного из поселков Ямало-Ненецкого Автономного округа. Несмотря на научно методический бум последних десятилетий в области этнопедагогике, приведшей, в частности, к



изданию значительного числа учебников, учебно-методических пособий, защите диссертаций различного уровня формирование национальной культуры, изучение языков, традиций, обрядов и жизненного уклада народов севера еще далеко от стадии завершения.

**Annotation.** *The authors of this article are familiar with the language, culture and way of life of numerically small peoples of the Tyumen North. With the help of experienced search method is trying to convey to the masses the splendor of the teachers on the formation of national culture in a regular secondary school of one of settlements of the Yamalo-Nenets Autonomous district. Despite methodological boom of the last decades in the sphere of ethnic pedagogy, which resulted, in particular, to the publication of a significant number of textbooks, manuals, dissertations of different level, the formation of national cultures, languages, traditions, rituals and lifestyle of the peoples of the North is still far from being completed.*

Личность начинает свое формирование и развитие с самых первых дней его жизни. Родители, педагоги, окружение люди дают азы знаний, что в последствии человек будет развивать самостоятельно исходя из своего опыта и осваивая социум.

В последние несколько столетий прогресс в развитии общественного производства и цивилизации был связан с достижениями науки и образования. Образование выступает не только одним из важных факторов социализации и социокультурной интеграции человека, но также эффективным средством развития социального капитала личности и повышения уровня ее социально-экономической мобильности. Обращаясь в науку люди, зачастую, утрачивают свое национальное самосознание, которое неразрывно связано с национальной культурой как основным признаком нации.

Национальное самосознание — это утверждение нацией (народностью) самой себя как реально существующего субъекта, носителя материальных и духовных ценностей через осознание своей принадлежности к определенной этнической общности, государства, языка, традициями и культуры.

Нельзя не согласиться с тем, что, несмотря на большую роль «в систематизации и теоретизации отечественной этнологии, традиционная бромлеевская теория этноса обнаруживала свою слабость именно при обращении к современным этническим процессам, к новым полиэтничным реалиям общественной жизни» [2, с. 76].

В Советском Союзе, когда процветали идеи общности — советский народ, национальное самосознание утрачивало свои функции. Отдельные нации постепенно забывали свою национальную культуру, и даже язык. «Постсоветская реальность, связанная в частности, с крахом идеи исторической общности — советский народ и с распадом Советского Союза, с нарастанием этномобилизационных процессов требует новых подходов, новых методов исследования» [2, с. 76].

Для решения этой проблемы, мы предлагаем внедрить в школьную программу, обязательные предметы родного языка, истории и культуры народов, на территории которых находится данное учебное заведение (республика Марий Эл — марийский язык и культуру; Чувашия — чувашский; Коми — коми и т.д.). Ведущими педагогическими идеями, в области развития и формирования национальной культуры школьников, на наш взгляд, должны являться, в первую очередь, воспитание школьников средствами развития интереса к национальной культуре, приобщение к национальным традициям, формирование собственных интересов и вкусов детей в области национальной культуры, воспитание личности ребенка средствами народного творчества. Также, немаловажным фактором

в развитии национальной культуры является методология предмета. Интегрированные уроки, контрольные недели в игровой форме, уроки с «приглашенной звездой» — знаменитыми поэтами, писателями — националами, которые под влиянием своего авторитета, могли бы убедить молодежь изучать свой родной край, свои традиции, обряды и уклад жизни.

В Восяховской средней общеобразовательной школе накоплен определенный опыт по формированию национальной культуры школьников.

Восяхово — это старинное северное село со сложившимися культурными, национальными и трудовыми традициями. В силу социальных причин происходит разрушение традиций. Исторически сложилось так, что именно школа является фундаментальным центром при формировании национальной самоидентификации и самоопределения.

Миссией образования является формирование нравственного, образованного, трудолюбивого, физически и духовно развитого, способного к саморазвитию и творчеству, любящего свой край и свое Отечество, гражданина.

Что может сделать школа для своего села? Современная школа получила возможность свободно обращаться к всему ценному, накопленному национальной культурой. Этнокультурный компонент в образовании — это не реставрация прошлого, а поиск и внедрение всего того, что способствует развитию творческих возможностей учащихся, их успешному вхождению в динамично развивающееся общество.

Каждый ребенок талантлив по-своему, но большую роль в становлении молодого поколения играет педагог. «Каждый учитель, должен быть умелым воспитателем ума учащихся; это закон, без соблюдения которого школа перестает быть школой... У учителя, умеющего воспитывать знаниями, эти знания приобретаемые учениками, выступают как инструмент, с помощью которого ученики сознательно осуществляют новые шаги в изучении мира» [3, с. 74].

На протяжении многих лет в школе ведется два родных языка — ханты и коми, которые преподают Аляба Надежда Степановна и Хозяинова Эмилия Филипповна, энтузиасты своего дела. Их ученики занимают призовые места в районной викторине «Лучший знаток родного языка», в конкурсе сочинений «Лучший знаток родного языка», межрегиональной олимпиаде по краеведению и родным языкам, а так же участвуют в мероприятиях районного музея «Коми-изба»; Чупрова Тамара приняла участие в межрегиональной олимпиаде школьников по краеведению и родным языкам в номинации «Родные языки»; Аляба Алена признана победителем межрегиональной олимпиады школьников по краеведению и родным языкам в номинации «Родные языки»; Чупрова Анастасия признана призером конкурса творческих работ учащихся «Мое село», посвященное 85-летию Шурышкарского района; Конев Алексей принял участие в конкурсе сочинений на родном языке «Моя семья в годы ВОВ»; Аляба Алена приняла участие в окружном конкурсе детских произведений «Герой нашего времени». Так же, ученики Восяховской СОШ принимают участие в окружном фестивале «Все краски Ямала», в ежегодном мероприятии «День коми письменности», и проводят совместную работу с филиалом Централизованной клубной системы Шурышкарского района, результатом работы был спектакль по роману Ивана Истомина «Живун».

Кружок «Занимательная ханты грамматика», который ведет Н.С.Аляба имеет познавательную-практическую направленность. Большая работа кружка уделена подготовке к школьным, муниципальным и региональным олимпиадам по родному (ханты) языку, кроме этого учащиеся на занятиях кружка плетут из бисера, вяжут из цветных ниток пояса, участвуют в школьных мероприятиях по краеведению.

Педагоги родного языка не только дают знания своим ученикам, но и занимаются научно-методической деятельностью. Э.Ф. Хозяинова приняла участие в Межрегиональной научно-практической конференции «Актуальные проблемы изучения культуры и образа жизни коренных народов Севера» с выступлением «Радости и проблемы в изучении родного языка»; в Межрегиональном семинаре «Традиции и инновация педагогического опыта в предметной области с этнокультурным компонентом: проекты, презентации». Тема выступления «ИКТ на уроках коми языка»; в 13-м Всероссийском интернет-педсовете. Тема публикации — Урок коми языка «Что мы знаем и умеем». Н.С. Аляба приняла участие в Межрегиональном семинаре «Инновационные формы и методы обучения детей родному языку в школе I ступени в условиях введения ФГОС» Тема выступления «Совершенствование и развитие устной монологической речи школьников с помощью опорных схем и таблиц».

Развивая суть образовательно-воспитательной деятельности учителя, обратимся к замечательным словам Ш. А. Амонашвили: «Обучая и воспитывая, учитель приобщает детей к материальным и духовным ценностям прошлых и современных поколений. Но как это приобщение происходит? Учитель — посредник между ребенком и этими ценностями, лишь через него дети познают действительность, познают людей. И это «через» означает, что разные ценности, знания морально-этнические нормы не доходят до детей в стерилизованном виде, а несут в себе личностные черты учителя, его оценки обращения детей к зрителям, одновременно передает им свой характер, предстает перед ними как образец человечности» [1, с. 11].

Ежегодно учителя родного языка и культуры народов Ямала проводят неделю родного языка ко дню района. В рамках этой недели проводятся открытые уроки ханты и коми языка, культуре народов Ямала, общешкольные мероприятия, викторины и т.д.

Деятельность этих педагогов, ориентирована на знакомство с культурой коренных народов Ямала и с традициями других народов, живущих на Шурышкарской земле, и компетентностный подход к решению вопросов межэтнического взаимопонимания и взаимодействия подрастающего поколения способствует расширению кругозора обучающихся, повышению их интереса к изучению истории родного края, народных традиций, формированию национальной культуры школьников.

Специально для нашего исследования, мы провели опрос учащихся Восяховской средней общеобразовательной школы, по которому получили следующие результаты: 80% опрошенных, интересен предмет национального языка и культуры; 60% из них говорят на своем родном языке; 90% знакомы с художественной литературой народов Севера. Безусловно, радует тот факт, что данные показатели высоки. Но они не стопроцентны. То есть, на сегодняшний день мы имеем людей, которые не являются носителями родного языка, не знакомы с историей своего края, не знают культуры своего народа. Более того, это «меньшинство» не стремятся получить подобные знания, но, при этом, с гордостью называют себя представителем малочисленного народа севера: Хантом, Ненцем, Селькупом, Манси или Коми. В этом, на наш взгляд, и состоит глобальная проблема, формирования национальной культуры нашего времени.

На Ямале проблемой национальной культуры «болеет» не только министерство образования, но и министерство культуры. К примеру, можем привести несколько событий и мероприятий, прошедших за 2014–2015 года. Конкурс «хо-

зьяка очага» в Пуровском районе собрал представительниц народов ханты, селькупов, ненцев и коми. Они не только продемонстрировали умение вести домашнее хозяйство в условиях кочевья, отражая особенности национальной культуры своего народа, но и показали себя радушными хозяйками и мастерицами на все руки; Конкурс на лучшее произведение на родном языке, тематика которых должна быть: сохранение и развитие культурного наследия коренных малочисленных народов севера. По правилам конкурса, произведения могут быть написаны только на ненецком, селькупском, хантыйском языках; Ежегодно, в каждом уголке Ямала проходят праздники: «День Оленевода», «Вороний день», «Медвежьи игрища», где люди, так же, могут познакомиться с культурой малочисленных народов севера.

С проблемой утери национальной культуры сталкивается не только Ямало-Ненецкий АО, но и многие другие районы Российской Федерации. Наблюдая за образовательным процессом в сфере развития национальной культуры у детей школьного возраста, можно сделать вывод, что в последнее время, все меньше и меньше времени уделяется образовательным программам национального развития. С каждым годом, количество учебных часов сокращается или приравнивается к нулю. Учебная программа не дает ребенку развивать свое начало в области изучения своей национальности. А ведь таких педагогов-энтузиастов, о коих говорилось выше, не многочисленное количество.

Передача накопленных знаний, преемственность социального опыта и духовная преемственность поколений, социализация личности, ее саморазвитие и самореализация, накопление ею духовного, интеллектуального, социального потенциала — вот к чему должно стремиться человечество изучая национальную культуру народов России. Образование выступает историко-культурным феноменом менталитета общества, его сознания. В образовании создаются предпосылки для выявления и развития творческих способностей человека, для последовательной передачи накопленных обществом знаний, умений, культурного наследия всех поколений. Но не менее важную роль играет в этом деле самообразование. Ведь только тогда, когда каждый человек начнет саморазвиваться, осознавать необходимость знаний национальной культуры, мы сможем достигнуть стопроцентного показателя в области знания национальной культуры.

Таким образом, валяние созданных условий по формированию национальной культуры народов севера в настоящее время является приоритетным и необходимым. По мнению авторов, культурное развитие личности, богатство человеческой индивидуальности во многом определяются и обеспечиваются социально-культурными условиями ее бытия.

#### *Литература:*

1. Амонашвили Ш.А. В школу с шести лет / Ш.А. Амонашвили // Педагогический поиск. — М.: Педагогика, 1988.
2. Бережнова Л.Н. Этнопедагогика / Л.Н. Бережнова, И.Л. Набок, В.И. Щеглов. — М.: Академия, 2008.
3. Сухомлинский В.А. Сухомлинский о воспитании / В.А. Сухомлинский. — М.: Политическая литература, 1975.

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИБЛИОТЕК

*Е.В. Гракова, М.Н. Лопатина*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** В статье раскрывается значимость рекламной деятельности библиотеки. Особое внимание уделяется рассмотрению способов вычисления эффективности рекламы. Приводятся формулы расчета экономической эффективности. А также указываются уровни психологического воздействия рекламы. Описаны такие методы определения коммуникативной эффективности рекламы, как анкетирование, опрос, наблюдение, эксперимент.

**Annotation.** The article reveals the importance of advertising of library. There is special attention of methods of evaluation. Are indicated the formulas for calculating cost-effectiveness and the levels of psychological effects of advertising. There are described the methods for determining the communicative effectiveness of advertising, for example, opinion poll, observation, experiment.

Реклама выступает одним из самых действенных инструментов маркетинга. Особенно важна роль рекламы в популяризации возможностей и услуг библиотеки, что позволяет сделать библиотеку «видимой», прозрачной. Реклама использует массовые и межличностные коммуникации. Она и сама может рассматриваться как форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг на язык запросов потребителя.

До недавнего времени библиотечная реклама была рассчитана на реального потребителя — читателя библиотеки. На сегодняшний день, стараясь удержать своих читателей и привлечь новых, библиотеки разрабатывают программы поддержки и продвижения чтения, устраивают фестивали и вечера, проводят различные акции, конкурсы и встречи и т. п.

Реклама призвана привлекать пользователей в библиотеку, формировать положительное эмоциональное отношение к ней, давать общее представление о библиотеке, о составе фонда, о предоставляемых услугах. Другой аспект ее воздействия — побуждение пользователя к действию: посещение библиотеки, ее мероприятий, обращение к справочному аппарату. Есть еще один важный аспект рекламы — она формирует имидж библиотеки, помогает выделить именно эту библиотеку из ряда других, закладывает в сознание пользователей ее неповторимый облик и формирует определенные читательские ассоциации.

Определение эффективности рекламы является одним из важных, хотя и завершающим этапом технологического процесса организации рекламной деятельности.

Эффективность рекламы — это оценка действенности рекламного обращения или рекламной кампании, осуществляемая как с позиций достижения целей рекламной кампании, психологии воздействия на целевую аудиторию и повышения осведомленности о товаре, так и с позиций произведенных затрат.

Эффективность любой рекламы зависит от различных факторов, таких как правильность выбора места размещения, типа наружной рекламы и соответствие ее маркетинговым задачам, а также качества исполнения самой рекламы — как конструкции и полиграфии, так и дизайнерской идеи и ее воплощения.

Различают экономическую эффективность рекламы — это экономический результат, полученный от применения рекламного средства или организации

рекламной кампании. Чаще всего экономическая эффективность рекламы определяется соотношением между валовым доходом от дополнительного товарооборота как результата рекламы и расходами на нее.

В анализе Л.А. Ивановой говорится, что для эффективности рекламы также применяют следующие показатели экономической эффективности:

- прирост пользователей за период, прошедший после рекламной кампании;
- отношение прироста прибыли, полученной после рекламной кампании, к сумме рекламных затрат;
- расходы на рекламу, приходящиеся на 1000 пользователей, подвергшихся воздействию всех видов рекламы;
- расходы на рекламу за определенный период по отношению к количеству спрашиваемых библиотечных услуг за этот же период [2, с. 12].

Основным материалом для анализа экономической эффективности результатов рекламы служат статистические данные о росте потребления предоставляемых услуг.

Измерение экономической эффективности рекламы представляет большие трудности, так как реклама, как правило, не дает полного эффекта сразу. Поэтому получить абсолютно точные данные об экономической эффективности рекламы практически невозможно. Но для того, чтобы получить результаты, которые будут близки к реальным, следует рассматривать изменения экономических показателей рекламной деятельности, не проводя в это же время других мероприятий по привлечению.

Для расчета экономической эффективности специалисты в области рекламы С.Н. Андреев, А.П. Панкрухин и др. используют следующую формулу:

$$T_y = T_c * П * Д / 100,$$

где  $T_y$  — дополнительный спрос на услугу, вызванный рекламными мероприятиями;

$T_c$  — среднедневной спрос на услугу до начала рекламного периода;

$Д$  — количество дней учета услуги в рекламном процессе;

$П$  — относительный прирост среднедневного спроса на услугу за рекламный период по сравнению с дорекламным, % [1, с. 139].

Экономический эффект рекламных мероприятий может быть: положительным — затраты на рекламу небольшие; отрицательным — затраты на рекламу выше, чем спрос на услугу; нейтральными — затраты на рекламу равны спросу услуги.

Эффективность затрат на рекламу может быть определена с помощью показателя рентабельности рекламирования, по формуле, которую предлагает Е.В. Песоцкая:

$$P = (П / З) * 100\%,$$

где  $P$  — рентабельность рекламирования, %;

$П$  — дополнительный спрос на услугу, полученный от ее рекламирования;

$З$  — общие рекламные затраты, руб. [4, с. 106].

Чтобы реклама была более эффективной, следует учитывать и психологические механизмы ее воздействия. Действительно, реклама — явление психологическое, усиленное в рассматриваемой сфере всей социальной и духовной направленностью библиотечной работы.

Психологическое воздействие рекламы результативно в том случае, если оно приводит потенциальных потребителей к совершению какого-либо действия (посещения мероприятий, потребление услуги или продукта библиотеки), предусмотренной целями рекламной кампании.

Психологическое воздействие рекламы проявляется в процессах переработки рекламных сообщений — эмоциях, мыслях, возможных решениях. В рекламный

процесс включены такие психологические феномены как ощущение, восприятие, внимание, память, связанные с переработкой рекламной информации. Конечно, чем глубже они учитываются при создании рекламы, тем более эффективно воздействие рекламного обращения на человека.

Всем известны закономерности восприятия. Одна из таких закономерностей — не только ориентация на потребности населения в конкретной услуге или форме библиотечной деятельности, но и выявление мотивации.

Важным способом психологического воздействия рекламы выступает убеждение, обращенное к рациональной сфере сознания человека. Здесь могут использоваться три группы аргументов.

В первую входят доводы, основанные на бесспорных истинах и личном опыте людей. Библиотека здесь выигрывает благодаря и традиционности форм библиотечного обслуживания, и стабильности функционирования. Вторая группа представляет позитивную аргументацию в пользу рекламируемого объекта. Например, заголовки выставок «Одно из самых великолепных творений», «Самый читаемый автор» и т.д. Третья группа убеждающих аргументов — несколько неожиданная. Это — негативная аргументация, используемая в исключительных случаях, когда отсутствие рекламируемого объекта грозит человеку потерей социального статуса или продвижение в карьере: «Не читаете журнал «Менеджмент» — прослывете необразованным человеком».

Рекламные материалы неизбежно навевают неосознанные эмоциональные образы, поэтому и создается определенное к ней отношение: нейтральное, противоречивое, симпатия, антипатия. Эмоциональный компонент рекламы становится тем более значимым: во-первых, эмоциональная память намного сильнее других видов памяти; во-вторых, симпатии к деятельности какой-либо организации пропорциональны симпатии к рекламе. Поэтому реклама привлекает своей праздничностью, радостью, заражающим оптимизмом.

В связи с этим в жизнь все больше входит определение коммуникативной эффективности рекламы, которое понимается как взаимодействие субъекта рекламной деятельности с целевой аудиторией с целью эффективного доведения до нее информации о продукте, ресурсах, услугах или идеях. Коммуникативная эффективность показывает, сколь результативную коммуникацию обеспечивает реклама. Методы ее определения традиционные, но только ориентированы на рекламу, — анкетирование, опрос, наблюдение.

Метод анкетирования может применяться для определения эффективности того или иного рекламного средства. Письменно, в личных беседах, по радио, или телевидению доводятся до сведения потребителей, среди читателей или населения микрорайона обслуживания и в последующем выведении статистических данных об эффективности.

Метод опроса также относится к активным методам определения эффективности психологического воздействия рекламы. Используя метод опроса, можно оценить воздействие рекламного средства на пользователей и установить, какие элементы его формирования привлекают к себе наибольшее внимание и лучше запоминаются.

Опросы можно проводить как до размещения рекламного обращения, так и после его публикации и трансляции. До размещения целесообразно выяснить, нравится ли реклама, привлекает ли она внимание. После размещения проводятся замеры запоминаемости или узнаваемости рекламы. Вместе с тем полученные результаты не могут быть достаточно полными, ведь порой даже для самого

пользователя неясно, приобрел ли он продукт под влиянием рекламы или по совету знакомого, либо руководствовался какими-то другими соображениями.

Метод наблюдения применяется при исследовании воздействия на потребителя отдельных рекламных средств. Его использование позволяет оценить психологическое воздействие рекламы в естественных условиях, в непосредственном общении пользователей с определенным рекламным средством. Оценивая эффективность отдельных средств рекламы, в первую очередь устанавливается, достигает ли это средство поставленной перед ним цели. Например, рекламное объявление о новой услуге массового характера, впервые введенной в данной библиотеке (например, сканирование).

Определение степени привлечения внимания потребителей к рекламному объявлению о новой библиотечной или информационной услуге можно рассчитать по формуле предложенной В.П. Лапичковой:

$O$

$B = \frac{O}{P}$

где  $B$  — степень привлечения внимания пользователей библиотеки;

$O$  — число пользователей, обративших внимание на рекламное объявление в течение определенного периода;

$P$  — общее число пользователей, которые прошли мимо объявления в тот же период [3, с.24].

При определении эффективности рекламы используется и метод эксперимента. Изучение психологического воздействия рекламы здесь происходит в условиях, искусственно созданных экспериментатором. Таким же образом экспериментатор может создавать самые различные комбинации рекламных средств и путем сравнения реакции пользователей выбрать из них наиболее удачную.

В случаях, когда пользователь положительно относится к рекламным обращениям, эффективность рекламы может быть оценена изменением успеха распределения. Успех распределения определяется как частное — количества человек, побужденных к использованию продукта или услуги рекламным обращением и — общим количеством затронутых этим обращением людей.

Реклама должна привлечь внимание к услугам библиотеки и ее интеллектуальной продукции, заинтересовать пользователей и убедить их воспользоваться именно этой библиотекой и рекламируемой ею услугой, стимулировать использование библиотечных услуг. Только такая реклама может обеспечить доверие населения к библиотеке, будет служить средством управления решениями пользователей.

#### *Библиографический список*

1. Андреев, С. Н. Все о рекламе и продвижении / С.Н. Андреев, А.П. Панкрухин. — Москва : Альпина Бизнес Букс, 2009. — 220 с.
2. Иванова, Л. А. «Поставьте всех в известность о себе!» / Л.А. Иванова // Библиотека. — 2000. — № 6. — С. 12–14.
3. Лапичкова, В. П. Библиотечная статистика. Статистический отчет как показатель эффективности услуг библиотеки / В. П. Лапичкова // Справочник руководителя учреждения культуры. — 2007. — №1. — С. 43–53.
4. Песоцкая, Е. В. Маркетинг услуг : учеб. пособие / Е.В. Песоцкая. — Санкт-Петербург : Питер, 2000. — 157 с.



## МОНОХРОННОСТИ И ПОЛИХРОННОСТЬ В ПРАКТИКЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Т.П. Земляных*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В статье дается описание различий между монохронными и полихронными культурами по классификации Э. Холла. Каждой культуре присуща своя система использования времени, что чрезвычайно важно для межкультурной коммуникации. Анализ темпоральной организации представителей монохронных и полихронных культур облегчает понимание их культурных коммуникативных образцов.*

**Annotation.** *The article describes the differences between the cultures of polychrome and monochrome on the classification by E. Hall. Each culture has its own system inherent in the use of time, which is essential for cross-cultural communication. Analysis of temporal organization of representatives of monochromic and polychromic cultures facilitates understanding of cultural communication patterns.*

Объективным основанием для *межкультурной коммуникации* являются различия между культурами, складывающиеся в процессе формирования каждой этнической культуры. Как отмечено выше, жизнедеятельность и отношения людей определяются существующими в той или иной культуре нормами, которые регулируют практически все области человеческого мышления и поведения и оказывают влияние на характер восприятия, оценки и межличностные отношения. Образование, воспитание, историческая память, традиции, обычаи и язык вырабатывают систему ориентаций, помогающую людям успешно справляться с житейскими ситуациями и различными проблемами [3].

Каждый человек реагирует на внешний мир в соответствии с этими особенностями своей культуры. Эти культурные нормы зачастую не осознаются индивидом, поскольку составляют часть его личности. Осознание особенностей собственной культуры происходит при контакте с людьми, которые в своем поведении руководствуются другими культурными нормами. При этом такого рода взаимодействие зачастую связано с дискомфортом или порождает конфликтные ситуации и требует обстоятельного исследования [3].

Поведение людей, принадлежащих другим культурам, не является чем-то непредсказуемым, оно поддается изучению и прогнозированию, но обуславливает потребность в специальных образовательных программах, направленных на формирование знаний и навыков межкультурной коммуникации [3].

Стремление понять чужие культуры и поведение их представителей, разобраться в причинах культурных различий и совпадений существует столько же времени, сколько существует культурное и этническое разнообразие человечества. Столь же древним, как и желание постичь другие культуры, является стремление не принимать во внимание другие культуры или рассматривать их как недостойные, оценивая носителей этих культур как людей второго сорта, считая их варварами, у которых нет ни культуры, ни личностных качеств, ни вообще каких-либо человеческих достоинств.

Такого рода полярное отношение к другим культурам существовало на всем протяжении человеческой истории. В трансформированном виде эта дилемма сохраняется и в современных условиях, что находит выражение в спорах и дис-

куссиях специалистов о содержании, объекте, предмете и целях межкультурной коммуникации. В результате этих споров, дискуссий и обсуждений сложилось несколько теорий межкультурной коммуникации, в которых рассматриваются различные проблемы взаимодействия культур. К наиболее известным теориям межкультурной коммуникации относятся теория высоко- и низкоконтекстуальных культур Э. Холла, теория культурных измерений Г. Хофштеде и теория культурной грамотности Э. Хирша [3].

На основе сравнительных исследований различных культурных групп Холл выделил не только их культурно-коммуникативные образцы, но и разработал общую типологию по отношению их к **контексту — информации, окружающей и сопровождающей то или иное культурное событие**. Он обратил внимание, что все культуры в межличностном общении используют некие невысказанные, скрытые правила, которые важны для понимания происходящих событий и межличностного поведения. Культуры различаются своим «чтением контекста», использованием скрытой информации, которую заключает в себе каждая ситуация. Чем больше контекстуальной информации необходимо для понимания социальной ситуации, тем выше сложность культуры [3]. И чем выше сложность культуры, тем труднее «чужакам» правильно понять и оценить социальную ситуацию. В зависимости от характера использования пространства и времени Холл разграничил все культуры на высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные, а также культуры с преобладающим монокронным или полихронным использованием времени [1].

Каждой культуре присуща своя система использования времени, что чрезвычайно важно для межкультурной коммуникации. Для понимания партнера требуется знать, как понимается время в его культуре. По Холлу, в зависимости от способа использования времени культуры следует разделять на два противоположных вида: монокронные, в которых время распределяется таким образом, что в один и тот же отрезок времени возможен только один вид деятельности; полихронные, в которых в один и тот же отрезок времени производится несколько видов деятельности [3].

**Монокронное** использование времени означает, что действия осуществляются последовательно, одно за другим в течение определенного времени. В соответствии с этим время представляется как прямолинейный путь, который ведет из прошлого в будущее. Монокронное время разделяется на отрезки, т.е. все тщательно планируется для того, чтобы человек мог в любой отрезок времени сконцентрироваться на чем-либо. Представители монокронных культур приписывают времени вещественную стоимость: его можно потратить, сэкономить, потерять, наверстывать, ускорять. Тем самым оно становится системой, с помощью которой поддерживается порядок в организации человеческой жизни'. Исходя из того, что «монокронный» человек способен заниматься только одним видом деятельности в определенный отрезок времени, он вынужден как бы «закрывать» в своем собственном мире, в который другим людям нет доступа. Носители этого типа культуры не любят, если их прерывают в процессе какой-либо деятельности. Такой тип использования времени практикуется в Германии, США, ряде североευропейских стран [3].

**Полихронное** восприятие времени противоположно монокронному — в нем многое происходит одновременно. Полихронное время понимается не как прямолинейный путь, а как некий узел переплетения многих проблем, поэтому оно менее ощутимо. В культурах полихронного типа большую роль играют межличностные, человеческие отношения, а общение с человеком рассматривается как более важное действие, чем принятый план действий. Поэтому представители

полихронных культур более динамичны в обращении со временем. Пунктуальности и распорядку дня в этих культурах не придается большого значения. К типичным полихронным культурам относятся культуры стран Латинской Америки, Ближнего Востока, Средиземноморья, а также России [3].

Различия между представителями монохронных и полихронных культур можно обобщенно описать следующим образом: в монохронных культурах индивиды делают одно дело в один промежуток времени, при этом они сконцентрированы на своей работе, соблюдают все договоренности, испытывают ответственность за свою работу, стараются никому не мешать, проявляют больше уважения к другим людям, пунктуальны и поддерживают преимущественно краткосрочные межличностные отношения [3].

Представители полихронных культур, напротив, делают несколько дел одновременно, чаще прерывают свою работу, придают меньше значения договоренностям во встречах, чем человеческим взаимоотношениям. Они часто меняют свои планы, больше интересуются личными делами, их пунктуальность зависит от взаимоотношений, они склонны устанавливать отношения с другими на всю жизнь [1].

Разделяя культуры на высоко- и низкоконтекстуальные, монохронные и полихронные, следует помнить, что в каждом типе существует множество скрытых правил и требований, регулирующих повседневную жизнь людей. В высококонтекстуальных и монохронных культурах эти правила и требования определяют принятые в обществе нормы поведения, которые строго соблюдаются. Например, в Японии размещение участников за столом переговоров строго определено старшинством. В культурах Ближнего Востока ни одно деловое обсуждение не начнется без обмена любезностями и налаживания личных контактов. Стремление американцев приступать к обсуждению деловых вопросов без напрасной потери времени будет воспринято представителями этих культур как грубость и невежливость [3].

В низкоконтекстуальных культурах межличностные отношения часто носят временный и поверхностный характер. Здесь люди легко вступают в дружественные отношения и так же легко прерывают их. Легкость и быстрота, с которой американцы знакомятся с людьми, привела к созданию одного из самых распространенных стереотипов, согласно которому «американцы необычайно дружелюбны», обратной стороной этого стереотипа является также широко распространенное мнение, что американская дружба поверхностна и не предполагает преданности и верности [3].

Дружеские отношения американцев носят весьма своеобразный характер: они редко бывают продолжительными и в них присутствует всегда много прикладных моментов. Они менее постоянны, нежели представители других культур, и не любят зависеть от других людей. Американцы часто ранжируют свои дружеские отношения, выделяя «друзей по работе», «друзей по спорту», «друзей по отдыху», «друзей семьи» и т.п. [3].

Сравнение особенностей каждого типа культуры позволяет прийти к выводу, что при взаимном общении представителям этих культур приходится сталкиваться с множеством сложностей. Здесь всегда важно помнить, что на поведение представителей другой культуры нельзя реагировать так же, как принято в своей культуре. Теория Холла помогает взглянуть на представителей различных культур изнутри и облегчает понимание культурных коммуникативных образцов. Однако в практике межкультурного общения следует учитывать, что теория Холла не объясняет все поведение представителей того или иного типа культур. В рамках одной и той же культуры могут встречаться их различные комбинации и

сочетания. Теория Холла даст лишь описания типичных черт, которые сопровождают процесс коммуникации представителей описанных культур [3].

#### *Литература*

1. Орлова Л.С. Вопрос о монохронных и полихронных культурах [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [www.tutti.edu.ru/attachments/статья%20орловой.doc](http://www.tutti.edu.ru/attachments/статья%20орловой.doc)
2. Стефаненко Т.Г. Универсальные и культурно-специфические аспекты общения [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [anastasiya-shulgina.narod.ru/book\\_5771/book\\_10.htm](http://anastasiya-shulgina.narod.ru/book_5771/book_10.htm)
3. Теории межкультурной коммуникации [Электронный ресурс]: электронный журнал. — Режим доступа: [www.grandars.ru](http://www.grandars.ru).

## ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ И СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ (ОПЫТ НИДЕРЛАНДОВ)

***М.В. Кораблина***

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** Автор обращается к проблеме современных этнокультурных процессов и обращает внимание на оригинальные социокультурные практики, внедряемые в Нидерландах. В статье анализируются и иллюстрируются примерами продуктивные подходы к решению одной из крупнейших проблем современной культуры, ее успешного функционирования в период глобализации.

**Abstract.** The author discusses the problem of modern ethnocultural processes and draws attention to the specific Dutch sociocultural practices. Some very productive approaches to solving one of the biggest problems of modern culture and its functioning during the globalization period are described and illustrated with examples in the article.

Слова К. Ясперса: «Мир замкнулся. Земной шар стал единым ... все существенные проблемы стали мировыми проблемами» как нельзя лучше характеризует современное состояние мира [7, с. 141].

Ярко выраженная тенденция современной культуры — высокая степень сложных взаимодействий, со-бытия многих десятков, сотен культур в одном социокультурном пространстве. Накопление новых смыслов плюральности, множественности, мозаичности, многоликости, многоголосия формирует новую культурную реальность. В связи с этим наблюдается тенденция усиления дифференциации культур, с одной стороны, и их поиск интегрирующих рамок для своего многообразия, с другой.

Вопрос о межэтнической толерантности особенно остро встает сегодня перед европейским пространством. Существенное изменение его этнического состава привело к обострению проблемы: интеграция не-западных мигрантов не всегда проходит гладко, особенно в больших городах, где они зачастую уже составляют 1/3 населения. Для примера: голландцам пока удается удерживать конфликт ценностей в пределах разумного, но иногда дело доходит до трагедии. Два громких убийства (политика П. Фортейна и режиссера Тео Ван Гога за 10-минутный документальный фильм «Покорность» о проблемах арабских женщин) взорвали нидерландское общество, расценившего их как атаку на свободу мысли и толерантность.

Проблема миграции является общей. По заявлению Всемирной академии культур, в Европе происходит крупномасштабная «метизация культур». В этом процессе смычка культур, по мнению У. Эко, может привести к кровавым последствиям, так как в повседневной жизни люди постоянно травмируются инакостью. Проблема требует принятия срочных мер, *не по ограничению прав* иммигрантов, а по их лучшей социализации в открытых европейских обществах. Если раньше культуры Европы понимались как поведенчески гомогенные, то сегодня игнорировать внутренние социальные, религиозные различия становится опасным. Многие считают, что примирение враждующих ценностей невозможно; никакое научное мышление, философский анализ не смогут найти достаточно оснований для предпочтения одной группы ценностей другой.

В Нидерландах уверены, что в лучших традициях модели польдера надо искать консенсус сторон. Важны честные человеческие отношения, терпимость и открытость. «Человек от природы предрасположен к миру больше, чем любое другое живое существо» (Э. Роттердамский).

Нам представляется интересным опыт небольшой по территории европейской страны по разработке и внедрению социокультурных практик, способных гармонизировать этнокультурные процессы в своем пространстве.

Известно, что нидерландская культура имеет колоссальный коммуникативный опыт. Ее исторически характеризует специфическое отношение к рискам в культуре: оно положительное (формализованное). Она характеризуется низким порогом чувствительности в отношении к инокультурным потокам. Как выстраивается, сохраняется баланс в культуре?

Во-первых, на правах принимающего пространства граждане справедливо требуют разделять укорененные базовые ценности автохтонной культуры: они неизменны. Главное, с чем сталкиваются мигранты в новом пространстве — с действием в нем принципов религиозной терпимости и плюрализма, обеспечиваемых государством. Мигранты из монотеистических культур попадают в пространство, где ценным является не служба религиозной истине, а иное и тоже сакральное: свобода совести и другие либеральные ценности, толерантность, многообразие и плюрализм. Проникновение в пространство людей контрарной ментальности влечет за собой опасность столкновения тех, для кого свобода в широчайшем диапазоне превыше всего и тех, кто не желает считаться с этой сакральной ценностью нидерландского социума.

С другой стороны, есть особое понимание того, что в связи с тем, что в глобальный диалог включились «очень живые, не умершие, не потерявшие своего пафоса культурные миры, мусульманские, индийские, дальневосточные, которым есть что сказать» [4, с. 12], прежние исторические формы общения сегодня «перерешиваются» (В. Библер). Что в корнях европейского миграционного кризиса присутствуют, главным образом, антропологические факторы. Человек в обоих своих пространствах жизни (социальном и культурном) переживает сегодня огромный стресс (Т. Кун). Он все чаще оказывается не в той или иной культуре, а *между* культурами, испытывает «состояние гипноза, состояние сомнамбулического перехода, когда он еще не понимает, будет ли он жить в новой культуре или он останется и ему хочется остаться в культуре старой» [2, с. 38].

В такой ситуации «искрения» многочисленных культурных кодов в одном социокультурном пространстве вывод напрашивается сам собой — культура должна быть полифоничной и открытой. Мысль В. Библера по поводу того, что бытие в культуре мыслится как общение в культуре, между разными культурами,

актуализируется в современном мире как никогда раньше. М. Бахтин характеризует диалогические отношения как «почти универсальное явление, пронизывающее всю человеческую речь и все отношения и проявления человеческой жизни, вообще все, что имеет смысл и значение... Чужие сознания нельзя созерцать, анализировать, определять как объекты, вещи, — с ними можно только диалогически общаться...» [1, с. 48].

Нидерландский социум исторически сознательно развивал в себе навыки качественного делового и культурного диалога, стиль и каноны общения на основе принципов толерантности, познания Другого как Другого, миролюбия, отказа от непродуктивных форм общения, накапливал опыт культурного плюрализма и дипломатических отношений. Этнос владеет расширенным инструментарием в сфере ведения диалога, закладывая в его основу гибкость, благожелательность, позитивный настрой на конструктивность. Диалог как важное понятие культуры общения для них концептуален и присущ их мироощущению (любимый жанр Э. Роттердамского: «всякое категорическое суждение нелепо, оно односторонне, искажает истину», «лишь в столкновении различных взглядов заключена необходимая поправка, спасающая от такого искажения») [5, с. 31].

Для менталитета голландцев характерно четкое понимание того, что встреча с Другим, другой культурой — это встреча с иным сознанием, иным субъектом, способным тебя обогатить, расширить твой мир и познания. В диалогическом этикете проявляются прямолинейность, откровенность, отсутствие ханжества, нарочитой интеллектуальной усложненности.

Соответственно выстраивается культурная политика государства, в которой главенствует тщательно продуманная стратегия трансляции социально значимого опыта. Если в смысловом пространстве Нидерландов, в ранге этических стандартов, наиболее желательных способов взаимодействия, в самом центре стоит голландская толерантность, широкие пределы которой глубоко задевают и поляризуют мир, то это и есть главное, что закладывается в детей с самого раннего детства. Возраст от 0 до 12 лет идеален для впитывания мира и позитивного опыта жизнедеятельности.

По мнению Р. Бенедикт и М. Мид, детство влияет на структуру личности, и между доминирующими практиками воспитания и складывающимися в результате конфигурациями характера есть тесная связь. Взгляды, стиль жизни составляют различные модели у разных народов и зависят от обучения ребенка, специфического в культуре каждой нации, определяемого системой ценностей и поведением взрослых [3, с. 45].

Система воспитания в Нидерландах продумана так, что с помощью игры в детское сознание успешно вкрапляются главные ценности родной культуры: индивидуальная и общественная свобода, открытость, терпимость. Взрослые старательно открывают подрастающему поколению свою и другие культуры, Культуру в целом, воспитывают динамичную открытую личность.

Одной из главных стратегий является трансляция опыта толерантности. Детей учат понимать людей другой культуры с их точки зрения, избегать поспешных суждений и выводов, узнавать, что происходит вокруг и почему. Не считать, что свои культурные привычки правильные, а чужие — нет, стараться понять ценности других народов, размышляя одновременно о родной культуре, о том, как она влияет на их мысли и поступки; избегать негативных стереотипов по поводу других культур; проявлять уважение и искренность.

Сделать это можно самыми разными способами. Объявить в школе, к приме-

ру, день бразильской культуры, и в этот день дети надевают народный бразильский костюм, слушают народную музыку, пробуют национальную кухню, читают бразильские сказки, танцуют самбу и т.д.

Или выйти на прямую связь с помощью веб-технологий с ребятами из Афганистана и пообщаться на интересные темы. Или узнать о другой культуре в музее. В детском отделе *Тропического музея* прививают уважение к культурам тропических стран. Узнать о коренных жителях Боливийских Анд можно, прикасаясь к экспонатам, слушая этническую музыку, проникаясь чувством другого, но тоже ценного мира.

Голландцы кропотливо приучают детей к терпимости, шаг за шагом. Согласимся с У. Эко, что «приучать к терпимости людей взрослых, которые стреляют друг в друга по этническим и религиозным причинам, — только терять время. Время упущено ... с дикарской нетерпимостью надо бороться у самых ее основ, неуклонными усилиями воспитания, начиная с самого нежного детства, прежде чем она отольется в некую книгу и прежде чем она превратится в поведенческую корку, непробиваемо толстую и твердую» [6, с. 7]. Усилия педагогики нацелены на формирование у детей толерантности как ценности, понимания ее как умения выходить за пределы одной точки зрения, анализировать противоположные позиции, признавая ценность и значимость различий. Важно подвести к мысли, что встреча разных точек зрения и жизненных схем не обязательно вызывает деструктивный конфликт, что различия несут в себе потенциал для усложнения системы взглядов, могут продуктивно использоваться для развития личности и культуры в целом. Общество формирует культурную толерантность как личностную позицию, позволяющую жить в поликультурном мире. Детям дается возможность узнать сложный и противоречивый мир и научиться жить в нем, избегая глубоких душевных травм, потери чувства идентичности.

Воспитанные в таком духе, уже взрослые граждане с интересом посещают ежегодный фестиваль «Международная поэзия» в Роттердаме, сопровождающийся большой научно-практической программой, ежегодную «Ночь культуры» в Гааге, ежегодный Фестиваль Свободы 5 мая (в день окончания второй мировой войны), Фестиваль «Рамадан» и т.д.

Правительство Нидерландов всячески стимулирует контакты между представителями разных культур. Для этих целей в четырех главных городах страны созданы «Дома для диалога культур» — площадки для творческого самовыражения, общения. Дома в Амстердаме представляют в основном исламскую культуру и называются *Marhaba* (Центр исламской культуры в Амстердаме), приглашают людей разного вероисповедания на национальные события с богатой научной и развлекательной программой. Арабский стиль и типично исламские мотивы органично внедряются даже в современный дизайн-контекст, что тоже содействует социальным изменениям, интеграции и устойчивому развитию [8, с. 47].

Фундаментальный отказ от религиозного спора, вера в человеческий интеллект доказывают, что нидерландская культура — ярко выраженная антропоцентристская культура, в картине мира которой не просто весомо присутствует Человек, он в ней главный. В 2004 в Нидерландах завершилось объединение реформатской, кальвинистской, лютеранской и евангелистской церквей. Новое образование — Протестантская церковь Нидерландов.

Государство подписывает большое количество меморандумов о взаимопонимании в сфере культурного сотрудничества. Целенаправленно проводится большое количество массовых культурных мероприятий, малых и крупных фестивалей, по-

священных близким и дальним культурам, так как коммуникация для этноса исторически значима, являясь источником новых знаний и опыта, позволяющих постоянно актуализировать «свое» в общении с «иным». В то же время общество активно открывает и свою культуру миру. Достояна внимания деятельность Королевства Нидерландов по презентации (не пропаганде) нидерландской культуры всему миру. Самые укромные уголки земного шара насыщаются информацией и демонстрацией национальной культуры. Сегодня практически ни один фестиваль современного искусства в России не обходится без участия нидерландских участников, будь то фестиваль в Челябинске, который где впервые увидел все виды искусства андеграунда, или в Екатеринбурге. Там на фестивале современного нидерландского искусства была достигнута двойная цель: представлена культура Нидерландов и одновременно новейшие тенденции современного искусства вообще.

Таким образом, нидерландское общество транслирует те ценности и тот значимый опыт, которые оно считает необходимыми для дальнейшего воспроизводства в культуре. Понимая, что межкультурные коммуникации сегодня развернулись в глобальных масштабах, и не только готовность, но *способность* культур продуктивно взаимодействовать выдвигается на первый план, нидерландский социум выдвигает основной принцип, по которому строит этнокультурные отношения: «то, что нас связывает, важнее того, что нас разъединят».

#### *Библиографический список*

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. — М., 1975.
2. Маклюэн М. Галактика Гутенберга : становление человека печатающего / М. Маклюэн; пер. с англ. — М.: Академический проект, 2005. — 496 с.
3. Мид М. Культура и мир детства. Избранные произведения / М. Мид; пер. с англ. Ю. А. Асеева. — М. : Гл. ред. вост. лит-ры изд-ва «Наука», 1988. — 429 с.
4. Померанц Г. Долгая дорога истории / Г. Померанц // Знамя. — 1991. — № 11. — С. 183–187.
5. Пуришев Б. Немецкий и нидерландский гуманизм : [вступ. ст.] // Корабль дураков / С. Брант [и др.]. — М., 1971. — С. 5-22. — (Б-ка всемир. лит. Т. 33).
6. Эко У. Миграции, терпимость и нестерпимое / У. Эко // Искусство. — 2002. — № 23. — С. 6–8.
7. Ясперс К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс; пер. с нем. М. И. Левиной. — М. : Республика, 1994. — 527 с.
8. Graphic design magazine. Dutch design issue. Amsterdam. — 2007. — №2, Part 1. — 105 p.

## НЕКОТОРЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СЛЕНГОВОЙ ЛЕКСИКИ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

*А.В. Кручинина, Н. Омельченко, А. Поддубицкий*  
Тюменский государственный институт культуры

**Аннотация.** *Распространение Интернета в конце XX века привело к активному развитию языка, появлению новой лексики, новых способов коммуникации и передачи информации, и в том числе к образованию интернет сленга. С одной стороны, ему свойственны открытость, быстрое распространение, обилие англицизмов, эмоциональность; с другой стороны, он имеет специфические характеристики, такие как: наличие письменной формы, виртуальность, позволяющая неограниченную свободу языкового самовыражения.*



**Annotation.** *The extension of the Internet in the XX century activate the development of language, the emergence of new vocabulary, new methods of communication and transmission of information, the formation of Internet slang. On the one side, it has the next characteristics: the openness, the rapid distribution, the abundance of Anglicisms, the emotions; on the other side, it has specific characteristics such as the presence of writing, virtuality, allowing unrestricted freedom of linguistic expression.*

Как известно, язык представляет собой универсальную систему средств общения, подверженную изменениям. Язык не стоит на месте, он изменяется: с одной стороны, выходят из употребления слова, называющие устаревшие понятия и явления, с другой — лексика языка пополняется новыми словами, либо созданными на основе развития собственных лексико-грамматических ресурсов, либо появившимися в результате адаптации или заимствования иноязычных слов, отражающих изменения в социуме. Так, распространение сети Интернет в конце XX века не замедлило отразиться в языке целым потоком неологизмов: **форум, чат, мегабит, клавиатура, материнская плата** и т.п. С распространением Интернета связано появление особого рода занятий молодежи, таких как чаты, форумы, сетевые игры, социальные сети и т.д. Это относительно новое явление в молодежной культуре, повлекло за собой возникновение особого варианта языка, обеспечивающего интернет-коммуникации молодых людей, — сленга сети Интернет, давшего имя каждому фрагменту интернет-реальности. Например, слова, отражающие новые виды деятельности: **имиджборд** — «разновидность форума в сети Интернет, позволяющего прикреплять к сообщению большое количество картинок» (от англ. imageboard — картинка-доска), **гуглить** — «искать информацию через поисковую систему Google»; или особенности виртуального мира: **баг** — «ошибка в компьютерной программе» (от англ. bug — жук, мелкое насекомое), **баттл** — «поединок» (от англ. buttle — поединок), **вирусня** — «компьютерные вирусы» и многие другие.

В силу своей относительной новизны этот язык еще недостаточно описан учеными-лингвистами, социологами, психологами, однако, даже при малейшем погружении в интернет-среду возникает острая необходимость в понимании и интерпретации интернет-сленга.

В связи с этим целью настоящей статьи является попытка описания сленговой лексики сети Интернет как отдельной группы слов молодежного сленга, обладающей своими особенностями, а также ее систематизация на основе выделения отдельных лексико-семантических групп слов.

Сленг сети Интернет представляет собой, равно как и другие разновидности сленгов и жаргонов (профессиональные сленги, арг, субкультурные жаргоны и проч.), отдельную группу слов, используемую с целью создания особой атмосферы, выделения отдельных микро-групп, их обособления, противопоставления. Он очень изменчив, характеризуется непродолжительностью бытования, состоит из слов, используемых одним поколением носителей языка, как правило, молодежью, составляющей большую часть пользователей сети Интернет.

«Молодежь» в современном понимании этого слова — это относительно недавно появившаяся группа. Как пишет С.И. Левикова: «Характерной особенностью современной культурно-исторической эпохи явилось наличие в ней такой социально-демографической группы как молодежь... уже не детей, но еще не взрослых, основным занятием которых является получение образования, подготовка к будущей профессиональной деятельности. Отличительной особенностью данной социальной

страты является то, что ее представители еще свободны от обязанностей взрослых людей и при этом у них есть много свободного времени» [4, с. 168]. Именно такое положение «между взрослыми и детьми» приводит, с одной стороны, к активному образованию молодежных субкультур, а, с другой стороны, к закономерному появлению особого языка, свойственного этой группе, в большей или меньшей мере противопоставляющего одну группу другой и всему обществу в целом.

Под молодежным сленгом в настоящей работе понимается один из видов групповых жаргонов, используемый в речи молодежи, характеризующийся: 1) активным употреблением; 2) открытостью; 3) проникновением в разговорную речь других слоев населения; 4) обилием англицизмов и жаргонизмов, созданных на базе английских или интернациональных корней [1, с. 146].

Этот особый, молодежный язык, молодежный сленг, нацелен в первую очередь на то, чтобы отделить «своих» от «чужих» и в то же время дать своему носителю возможность на уровне языка четко идентифицировать себя с членами определенной субкультуры и таким способом «найти свое место в обществе». Например, о принадлежности к определенной группе говорят следующие слова интернет-сленга: **илита** — «элита», **контач** — «социальная сеть «В контакте», **ноулайфер** — «человек, живущий вне социальной жизни, проводящий все время в Интернете», **олдфаг** — «человек, давно и много участвующий в жизни Интернет-сообщества», **моралфаг** — моралист в интернет-сообществе. При этом существует, слово **личка** — «личная мини-почта в социальной сети, личный мини-чат, невидимый всем остальным пользователям», которое свидетельствует о наличии собственного мини-пространства, скрытого от глаз всех членов сообщества, т.е. при принадлежности к большой открытой всем пользователям социальной сети, интернет-коллектив уважает право на неприкосновенность личной переписки.

Известно, что в реальной молодежной среде ты должен и физически соответствовать каким-то критериям, «правилам» группы, и лингвистически, т.е. говорить на «нашем языке». Особенностью Интернета как виртуального пространства для общения, является предоставление членам определенной группы **полной свободы в способах и формах самоидентификации и самовыражения вплоть до «инкогнито»**. Например, среди членов форумов распространены такие слова, как: **АИБ** — «анонимный имиджборд, позволяющий пользователю размещать сообщения (посты) анонимно», **Анонимус** — «посетитель анонимных имиджбордов» (от англ. Anonymous, лат. Anonymus — «анонимный»). При этом любой «анонимус» может высказывать самые сокровенные и смелые мысли, не опасаясь быть исключенным из сообщества, он уже защищен своим статусом «анонимуса». Поскольку общение строится на дистанции и собеседники друг друга не видят, единственным критерием отбора и признания своим становится язык, на котором говорят собеседники.

В последнее десятилетие — в связи с сильной дифференциацией внутри самой молодежи, выразившейся в образовании многочисленных групп, различающихся образом жизни и интересами, — прослеживается тенденция к образованию **различных подвидов жаргонных образований** [3]. Так, наряду с «общими» жаргонизмами, используемыми в интернет-речи молодежи (слова из общеупотребительного молодежного сленга: **вписка** — «вечеринка», **жесть** — «нечто исключительное, т. е. очень хорошее или очень плохое», **няшный** — «милый»), используются сленговые слова, употребляемые только в сети Интернет (**кун** — «девушка», **лайк** — «одобрение чего-либо», эквивалент фразы «мне нравится», **ЛОЛ** — «очень смешно», **не по-дженту** — «нехорошо», «непрогрессивно», **коммент** — «комментарий в Интернет среде»). Также можно выделить лексику, свойственную толь-

ко определенным «специализированным» группам, например, сленг субкультуры «геймеров» (**гамать** — «играть», **геймер** — «игрок в компьютерные игры», **задрот** — «человек, который всегда сидит за компьютером»), сленг любителей «аниме» (**демсу (g0Y0)**) — иероглифы, которые японцы ставят в конце предложения, дабы придать ему вежливый оттенок. Добавляется для придания фразе нейтрально-вежливого оттенка, например, «Здравствуйте, десу»).

Особенностью интернет-сленга можно считать **наличие письменной формы** бытования, представленной в виде чатов-переписок, форумов и проч., что существенно облегчает исследование жаргонной лексики сети интернет. В результате выборки из письменных чатов, форумов и социальных сетей в нашем распоряжении оказалось 159 сленговых слов, собранных студентами ТГИК в 2014–2015 гг., среди которых 75 единиц — это лексемы «общего» молодежного сленга, несвязанные с сетью интернет, и 84 слова — интернет-сленг, активно используемый молодежью. Анализ этой части лексики позволил выделить несколько системных явлений и лексико-семантических групп (ЛСГ). Вслед за Т.И. Жеребило [2], под ЛСГ мы понимаем обширную организацию слов, объединенную базовым семантическим компонентом, который обозначает класс предметов, признаков, процессов, отношений.

Лексика интернет-сленга распределяется на следующие лексико-семантические группы.

#### 1. Лексико-семантическая группа «**Пространство компьютерных игр**».

**Вар** — «война», **гамать** — «играть», **геймер** — «игрок в компьютерные игры», **дамаг** — «урон в компьютерных играх», **задрот** — «человек, который всегда сидит за компьютером» и другие.

#### 2. Лексико-семантическая группа «**Характеристика человека**».

**Фалловер** (фолловер) — «подписчик в Твиттере» (от англ. follow — следовать), **хокагэ** — «старейшина деревни», «опытный, мудрейший» (от яп. — тень огня, «достойный», термин взят из популярного аниме «Наруто»), **хипстер** — «обеспеченная городская молодежь, интересующаяся элитарной зарубежной культурой и искусством, модой, альтернативной музыкой и инди-роком, артхаусным кино, современной литературой» (от англ. to be hip — быть в теме), **хикка** — «человек, живущий всецело в интернет сетях, добровольно отказавшийся от социальной жизни и живущего в изоляции» (от яп. хикикомори — «затворник, затянутый уединением, уступивший одиночеству»), **поехавший** — «обезумевший, сумасшедший», (от рус. «ехать»), **ню-фаг** — «новичок в интернет сообществе» и другие.

3. Лексико-семантическая группа «**выражение эмоциональной оценки**» делится на две подгруппы: «**положительная**» («хорошо») и «**отрицательная**» («плохо»).

3.1 «Выражение отрицательной эмоциональной оценки»: **баттхерт** — «особое психоэмоциональное негативное состояние», широко представленное в интернете, аналогичное слово употребляется по отношению к человеку, пребывающему в таком состоянии (от англ. Butthurt — боль ниже пояса), **когнитивный диссонанс** — «дискомфорт, вызываемый противоречием между имеющимся устоявшимся представлением и свежей поступающей информацией, фактами», **не по-дженту** — «плохо», «непрогрессивно», **ЧСВ** — «чувство собственной важности», **дизлайк** — «неодобрение чего-либо в Интернет среде» (от англ. Dislike — неприязнь), **зашквар** — «позорно», «неприлично», «недостойно», **жиза** — «нечто важное и жизненное» (от рус. жизненный).

3.2 «Выражение положительной эмоциональной оценки»: **лайк** — «одобрение чего-либо», эквивалент фразы «мне нравится» (от англ. Like — нравится),

**лойс (лайк)** — «нравится», намеренное искажение слова «лайк» для придания большего положительного оттенка, **по-дженту** — «хорошо», «прогрессивно», **ржунимагу** — «очень смешно», аналог англ. Lol и другие.

Все сленговые слова, используемые в сети интернет являются неологизмами. Что касается языков-основ, определяющих происхождение лексики интернет-сленга, анализируемой в данной статье, то можно отметить следующие: из английского языка — 51 слово (61%), из русского языка — 24 слова (29%), из японского языка — 7 слов (8%), единичные слова из корейского и украинского языков.

Прослеживаются также регулярные явления, свойственные лексической системе языка, такие как синонимия (**лайк** и **лойс** с оттенками значения «мне нравится», **ржунимагу** и **lol** — «очень смешно» и др.), антонимия (**олд-фаг** — человек, давно участвующий в жизни интернет и **ню-фаг** — новичок в интернет сообществе, **лайк** — «мне нравится» и **дизлайк** «мне не нравится» и др.).

Интернет-сленг как один из видов групповых жаргонов, используемый в речи молодежи, постоянно меняется. С одной стороны, ему свойственны черты, сближающие его с другими молодежными жаргонами, такие как открытость, быстрое распространение, обилие англицизмов, эмоциональность, с другой стороны, он содержит специфические характеристики, такие как: наличие письменной формы, виртуальное существование как самого языка так и его носителей, что предопределяет неограниченную свободу в выборе языкового варианта. Следует отметить, что в большинстве случаев сленг выполняет исключительную роль в процессе образования интернет-субкультуры, он является практически единственным связующим звеном для некоторых микро-групп, единственной «реальностью» при виртуальности всех остальных факторов. Безусловно, что изучение языка интернета в целом и интернет-сленга в частности готовит исследователям из разных областей гуманитарного знания много открытий «чудных».

#### *Литература*

1. Жеребило, Т.В. Термины и понятия лингвистики. Общее языкознание. Социолингвистика: словарь-справочник. — Назрань: Пилигрим, 2011.
2. Жеребило, Т.В. Термины и понятия лингвистики: Лексика. Лексикология. Фразеология. Лексикография: словарь-справочник. — Назрань: Пилигрим, 2011.
3. Кожемякина, В.А., Колесник, Н.Г., Крючкова, Т.Б. Словарь социолингвистических терминов. — ИЯРАН, 2006. — 312 с.
4. Левикова, С.И. Молодежный сленг как своеобразный способ вербализации бытия // Бытие и язык. — Новосибирск, 2004. — С. 167–173.

## САЙТ ВУЗА КУЛЬТУРЫ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ

*С.В. Ильина, М.Ф. Кряжева*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Статья посвящена структуре и содержанию официальных сайтов высших учебных заведений как электронных сетевых представительств вузов. Рассмотрено значение вузовского сайта как средства коммуникации с различными группами пользователей, как средства поддержания имиджа вуза. Приведены результаты анализа сайтов вузов культуры и результаты опроса пользователей.*

**Annotation.** *The article is devoted to the structure and content of the official websites of universities. There is considered the value of university's website as a mean of communication with the different groups of users, as a mean of maintaining the image of the university. There are results of the analysis of universities' sites of culture and results of users' interview.*

Сайт является основной формой представления информации в глобальной информационной сети интернет. Существует достаточно много определений данного понятия. Например, «сайт — это совокупность электронных документов частного лица или организации в компьютерной сети, объединенных под одним адресом (доменным именем или IP-адресом)» [2, с. 221], «сайт — это именованный набор информационных и программных блоков, организованных и размещенных в интернете с заранее определенной целью и предназначенных для активного восприятия целевой аудиторией» [6].

Сайт высшего учебного заведения соответствует общим характеристикам официальных сайтов организаций и учреждений и отличается некоторыми специфическими свойствами, обусловленными его функционально-целевым назначением. Он предназначен для всестороннего и достоверного информирования посетителей и пользователей о деятельности вуза, предоставляет справочную информацию, необходимую для обеспечения взаимодействия с руководством и подразделениями [5, с. 23]. Вузовский сайт — мощное и значимое средство коммуникации в электронной сетевой среде. К целям его создания и функционирования относится не только одностороннее информирование, но и обеспечение обратной связи, формирование позитивного имиджа вуза как «поставщика» качественного образования и квалифицированных специалистов, перспективного партнера для совместных исследований, интеллектуального, научного и культурного центра» [4, с. 15].

Структура сайта и его содержание определяются, в том числе, целевой аудиторией. Целевая аудитория вузовского сайта — это, во-первых, «внутренние» пользователи: студенты, преподаватели и сотрудники, во-вторых, «внешние» пользователи: абитуриенты, еще не сделавшие окончательный образовательный выбор, сторонние посетители (например, сотрудники организаций-партнеров, работники других организаций данной или смежной отраслей, случайные посетители). Спорная целевая группа сайта высшего учебного заведения — родители [7, с. 79]. Родители абитуриентов могут рассматриваться в этом качестве, родители студентов, как правило, достигших своего совершеннолетия, — факультативно.

Специфика и сегментация целевой аудитории требуют определенного структурирования контента сайта. Так раздел сайта, посвященный абитуриентам, носит рекламно-информационный характер, должен привлечь внимание, удержать на сайте, предоставить концентрированный объем ясно и четко изложенной информации, связанной с поступлением и обучением. Именно этот раздел реализует конверсионную функцию вузовского сайта — «преобразование посетителей в потребителей» [3], потенциальных студентов в студентов реальных. Раздел, ориентированный на студентов, является более практико-ориентированным и «повседневным», обновляемым не разово, а постоянно, регулярно. Он наполняется новостной, организационной и, самое главное, учебно-методической информацией (программами учебных дисциплин, расписанием занятий и сессий, электронными библиотечными ресурсами). Содержание раздела для преподавателей зависит, в том числе, от выбранной в вузе степени «прозрачности» его деятельности, разграничения внутренней, служебной, информации и информации свободного доступа.

Некоторые рубрики, предназначенные студентам и преподавателям, могут требовать регистрации и авторизации пользователя, в основном же вся информация должна быть открытой. Наполнение разделов и подразделов сайта адекватным для восприятия объемом актуальной информации, их логичное структурирование, простая и понятная система навигации позволяют вузовскому сайту стать востребованным коммуникативным средством и ресурсом.

Полноценное функционирование сайта, своевременное его обновление требует налаживания каналов поступления информации для ее обработки и последующего «выкладывания» в Сеть. «Контент сайта формируется на основании разного вида документов (текстовых, графических и фотографических, аудиовизуальных), поступающих из подразделений вуза» [1, 16]. Решение о размещении поступившей информации и непосредственно процесс размещения реализуются, чаще всего, централизованно (модель «Администратор сайта»). Еще один подход предоставляет относительную самостоятельность структурным подразделениям (факультетам, кафедрам, отделам и т.д.) при наличии центрального контроля той или иной степени («Многоканальная модель»).

Еще одним аспектом функционирования вузовского сайта является обеспечение взаимодействия с пользователями, интерактивность. Вопросы общения, диалога часто решаются путем создания сетевых представительств вуза, построенных с помощью технологий web 2.0, например, «официальных» сообществ в социальных сетях. Но и сайту желательно предоставлять возможность задать вопрос и получить на него оперативный ответ.

Нами был проведен анализ структуры и содержания сайтов следующих вузов сферы культуры (названия указаны по главной странице каждого сайта):

- 1) Алтайская государственная академия культуры и искусств (<http://www.altgaki.org>)
- 2) Арктический государственный институт культуры и искусств (<http://agiki.ru>)
- 3) Белгородский государственный институт искусств и культуры (<http://bgiik.ru>)
- 4) Волгоградский государственный институт культуры и искусств (<http://www.вгиик.рф>)
- 5) Восточно-Сибирский государственный институт культуры (<http://www.vsgaki.ru>)
- 6) Казанский государственный институт культуры (<http://www.kazgik.ru>)
- 7) Кемеровский государственный институт культуры (<http://www.kemguki.ru>)
- 8) Краснодарский государственный институт культуры (<http://kguki.com>)
- 9) Московский государственный институт культуры (<http://www.мгик.рф>)
- 10) Орловский государственный институт культуры (<http://www.ogiik.orel.ru>)
- 11) Пермский государственный институт культуры (<http://www.psiac.ru>)
- 12) Санкт-Петербургский государственный институт культуры (<http://www.spbgik.ru>)
- 13) Самарский государственный институт культуры (<http://www.smgaki.ru>)
- 14) Тюменский государственный институт культуры (<http://www.tumgik.ru>)
- 15) Хабаровский государственный институт искусств и культуры (<http://www.hgiik.ru>)
- 16) Челябинская государственная академия культуры и искусств (<https://www.chgaki.ru>)

Все сайты (с различной степенью полноты, но, в целом, достаточно полно) освещают различные стороны деятельности высшего учебного заведения. Рубрики первого уровня иерархии (главные рубрики) выделены комплексно — и по группам пользователей, и по семантике контента, независимо от целевой аудитории (например, «Научная деятельность», «Творческая деятельность», «Мероприятия» и т.д.). Рубрики, посвященные основным сведениям об организации, абитуриентам и студентам, представлены, в основном, достаточно четко и однозначно. Информация,

предназначенная преподавателям, наоборот, часто «размыта» между рубриками, соответствующим различным сторонам преподавательской деятельности (учебно-методической, научно-исследовательской, внеучебной и т.д.). Многие сайты предоставляют возможность переключения с одного языка на другой, причем фигурирует не только английский, но и другие основные европейские языки (немецкий, французский), родные языки обучающихся в вузе иностранных студентов (например, китайский), языки двуязычного региона (например, татарский). К сервисным коммуникативным характеристикам сайтов относится также наличие версий для слабовидящих. На главных страницах ряда сайтов размещены ссылки на «официальные» вузовские сообщества в социальных сетях «В контакте», «Facebook», «Twitter», «Instagram», на видеоканал вуза на «YouTube», что позволяет раскрыть системное единство интернет-представительств вуза. На некоторых сайтах (но уже не единично) представлены такие рубрики, как «Противодействие коррупции» и «Антиплагиат», что позволяет дополнить «портрет» проблем современной образовательной ситуации через ее электронное сетевое отражение.

Проведенный нами опрос студентов Тюменского государственного института культуры подтвердил значение вузовского сайта как средства коммуникации в образовательной среде, а также значимость его оперативного обновления. Вторая категория опрошенных, старшеклассники города Тюмени и юга Тюменской области, указали, что структура, содержание, дизайн и обновляемость сайта могут сыграть как положительную, так и отрицательную роль при выборе высшего учебного заведения, что свидетельствует о важности не только коммуникативной, но и имиджевой функции.

Таким образом, грамотно разработанный и оптимально функционирующий вузовский сайт должен выступать в качестве средства оперативной передачи информации и информационного ресурса учебно-методической и сопутствующей направленности, в качестве средства создания и поддержания имиджа высшего учебного заведения, средства профориентации. Работа с вузовским сайтом (наполнение его контентом, структурирование контента, поддержка обратной связи) — непрерывный трудоемкий процесс, требующий специальных знаний, умений и навыков, сочетающий в себе творчество и регламентированность. Такую работу можно отнести к важнейшим направлениям деятельности вуза, заниматься ею необходимо целенаправленно и обдуманно.

#### *Библиографический список*

1. Волкова, Т. В. Автоматизации управления контентом сайта вуза [Текст] / Т. В. Волкова, А. А. Паршков, Д. Н. Селищев // Информационная среда вуза. — Оренбург, 2013. — С. 15–19.
2. Воройский, Ф. С. Информатика: введение в современные информационные и телекоммуникационные технологии в терминах и фактах [Текст]: энцикл. систематизир. слов.-справ. / Ф. С. Воройский. — Москва: Физматлит, 2006. — 966 с.
3. Мовилло, В. Контент для сайта: единство трех задач [Электронный ресурс] / В. Мовилло. — Электрон. дан. — Москва, 2010. — URL: <http://www.movillo.ru>.
4. Никандров, С. В. Электронные сетевые документы по технике: типология и ценностные свойства [Текст]: автореф. дис. ... канд. пед. наук / С. В. Никандров. — Санкт-Петербург, 2003. — 20 с.
5. Полтавец, А. В. Веб-сайт вуза как эффективный инструмент обеспечения вузовской деятельности [Текст] / А. В. Полтавец // Вопросы управления. — 2010. — № 3. — С. 20–26.
6. Структура вашего сайта [Электронный ресурс] // SoftSoul. — Электрон. дан. — Москва, 2013. — URL: <http://softsoul.com>.
7. Сугак, Д. Б. Роль сайта в научно-образовательной деятельности [Текст] / Д. Б. Сугак // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. — 2012. — № 3. — С. 77–84.

## ОБУЧЕНИЕ КУЛЬТУРЕ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

*Л.Н. Захарова*

*Тюменский государственный институт культуры*

Высшее образование в России переживает эпоху значительных перемен, как и вся страна. В связи с этим актуализируется такая сфера знания как философия образования. Именно она отвечает на вопрос, каким мы хотим видеть мир и каким должно быть образование в нем. Философия образования позволяет обратить внимания на законы образования и воспитания человека, развивая теорию личности, она утверждает целесообразность перестройки сознания человека в процессе его образования.

Среди тех, кто разрабатывал философию образования были такие разные мыслители как Демокрит, Платон, Аристотель, Я.Коменский, И.Кант, Ж.-Ж.Руссо, М.Ломоносов, К.Ушинский, Ю.Лотман, Ортега-и-Гассет, М.Фуко и другие. В настоящее время проблемы высшего образования в России активно обсуждаются в журнале «Философия образования», издающимся в Научно-исследовательском институте философии образования Новосибирского педагогического университета. Создание такого института в начале текущего века говорит об актуальности проблем образования. Исследователи отмечают, что в настоящее время существуют в сфере высшего образования проблемы, которые имеют, как глобальный, так и российский характер. К первым относят изменения в технологическом и социальном укладах современных обществ, когда произошел переход группы экономически развитых стран от индустриальной фазы развития к постиндустриальной, информационной. Теоретики таких обществ (Д. Белл, З. Бжезинский, О. Тоффлер и др.) полагают, что образование является той ключевой сферой, которая позволяет стране выйти на передовые позиции в социальном развитии. Главное отличие постиндустриальных стран от индустриальных состоит в наличии высококвалифицированных дипломированных специалистов, без которых не может происходить развитие информационных систем. «Современное общество — это сплошной университет», так писал Д.Белл еще в середине XX века. Ценность образования в современной цивилизации является доминирующей. Формируется система непрерывного образования, вплоть до обучения в течение всей жизни (life-long education). В каждой стране этот процесс происходит по-своему, хотя есть и общие тенденции.

В России глобальные тенденции совпали с кардинальной трансформацией общества в целом, в результате которой обнаружилось несоответствие между традиционными для России гуманистическими ценностями и новыми приоритетами людей, связанными с усилением индивидуализма и прагматизма; ориентацией части российского общества на образцы, не свойственные российской традиционной культуре. В обществе происходит ценностная инверсия (от лат. *Inversio* — перестановка). Она заключается в разрыве традиций, разрушении ценностной иерархии, сопровождающейся кардинальным изменением целей деятельности и поведения, когда «низовые ценности» начинают доминировать в культуре и играть роль ценностей определяющих, а ценности изначально подлинные, такие как соборность, коллективизм, добропорядочность оттесняются на культурную периферию. Данная ценностная инверсия должна быть учтена при формировании современной образовательной политики: поскольку и в высшую школу проникает равнодушие, отсутствие или ограниченность духовных запросов, социаль-



ное иждивенчество. Это связано еще с одним обстоятельством. С начала 90-х годов в России изменилась роль и место образования в обществе. Сегодня образование в России меняет свой статус, становится товаром, когда знание продается и покупается, экспортируется и импортируется, как и любой другой продукт. Существует тенденция платного образования, когда постепенно образование превращается в сферу услуг для населения. Эта тенденция сопровождается «уходом» государства из образования, меняются трактовки представлений об образовании — от блага за счет государства к взгляду как на услугу и предмет экономических отношений. В условиях социального и экономического расслоения общества это чревато серьезными социальными последствиями, дальнейшей дифференциацией населения по вопросу доступности образования.

Меняется соотношение профессиональных слоев в системе образования. Увеличивается промежуточная зона между носителями культурных научных образцов (профессионалами) и теми, кто транслирует эти образцы, выстраивая учебные планы, программы, формы и модели обучения. Образуется второй слой профессионалов — педагогов-коммуникаторов. Этот слой уже не носитель высших культурных образцов знания, но лишь методик их передачи и освоения, то есть культурных норм другого порядка. Взаимодействие слоев в системе образования требует анализа и акцентирования приоритетов, также как и концепция образования в целом.

Понятие «образование» восходит к понятиям «образ», «образовывать»: «образ» терминологически означает ясно очерченные контуры того или иного предмета, явления. «Образовывать» — значит совершать действия по выработке соответствующего образа. Исходя из этого, терминологически «образование» можно определить как процесс выработки или формирования образа человека, соответствующего требованиям времени. Образование как система социализации человека представляет собой глубокую взаимосвязанность педагогики, обучения, воспитания и просвещения.

Понятие «образование», в его исторически сложившемся смысле для России, означало органическое, т.е. внутренне связанное, единство школы, фундаментальной науки, культуры и духовной жизни народа. Среди сущностных характеристик человека русские мыслители: Е.Н. Трубецкой, В.Соловьев, С.Л. Франк, Н.А. Бердяев, В.В. Розанов, В.И. Несмелов выделяли понятия: «смысл жизни», «душа», «сердце», что, во многом, соотносится с православным мировоззрением, раскрывающим сущность внутреннего духовного мира человека. В современной России существующая система национального образования как системы социализации и инкультурации человека во многом разрушена, что влечет за собой серьезную опасность для страны.

В работе «Миссия университета» Ортега-и-Гассет в качестве основной функции университета выводит обучение культуре, как сумме адекватных представлений о предназначении человека в современном ему мире. По мнению мыслителя, необходимо средствами педагогики сконцентрировать усилия передовых людей на достижение культурного идеала эпохи — творческого, духовно богатого, самореализующегося человека.

#### *Библиографический список*

1. Наливайко, Н. В. Введение в философию образования: учеб. пособие / Н. В. Наливайко; под ред. В. В. Целищева. — Новосибирск : Изд. НГПУ, 2012. — 272 с.
2. Ортега-и-Гассет Х. Миссия университета / Х. Ортега-и-Гассет, пер. с нем. М.Н. Голубевой, — Мн.: БГУ, 2005. — 104 с.

## АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ БОЕВЫХ ИСКУССТВ НА КУЛЬТУРНОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ НАРОДОВ РОССИИ

*А.Ю. Лосинская, А.Р. Шарафутдинов*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В статье рассматриваются боевые искусства Востока как актуальная форма трансляции культурной традиции и как форма межкультурной коммуникации*

**Annotation.** *The article discusses the martial arts of the East as an actual means of transferring cultural tradition and as a form of intercultural communication*

Межкультурные взаимодействия между Россией и странами Востока были и остаются формой межцивилизационного контакта. Широкое взаимодействие между культурами Востока и России стало осуществляться по историческим меркам относительно недавно. Начало взаимодействия двух мощных мировых цивилизаций было положено на рубеже XVI–XVII веков. И с тех пор как Россия начала знакомиться с культурным феноменом Востока, интерес к этому феномену в различных слоях российского общества остается достаточно высоким [4, с. 93].

Несмотря на то, что светская культура России, вплоть до первой половины XIX века, формировались под воздействием преимущественно западной культуры, образ Востока постоянно притягивал к себе российскую светскую, научную и творческую элиту. К концу XIX века российская публика знакомится с малоизвестным дотоле Востоком. Появился интерес к восточным течениям космизма, т.е. наследию религиозных систем и философской мысли Востока, а также различным сопутствующим духовным практикам. В качестве особой учебной дисциплины появлялось востоковедение и в этой науке Россия сразу же занимало одно из ведущих мест [там же].

Япония считалась закрытой страной. С середины XVII века на ее территории действовал закон о самоизоляции страны, запрещавший японцам под угрозой смертной казни выезжать за ее пределы. Так же было запрещено иностранцам жить в Японии. Эта страна была «открыта» Западом только в середине XIX века. Изначально интерес Запада к Японии носил сугубо экономический и политический характер, а культура страны расценивалась как примитивная, неравная по отношению к высоким индустриальным и цивилизационным достижениям развитого Запада [2, с. 14]. Однако бурное развитие Японии в конце XIX века в эпоху Мэйдзи, а затем — столь же стремительный подъем второй половины XX века после поражения во Второй мировой войне возбуждает интерес к традиционной культуре этой страны. Вернее, к тому, как этой стране удастся достигать технологических вершин, обгоняя страны, считавшиеся передовыми в области технологий, и при этом сохранять основы традиционной культуры. Примером таких основ выступают традиционные японские боевые искусства.

«Боевые искусства» — термин, утвердившийся в обыденном сознании. Насколько корректно его употребление? Искусство определяют как составную часть духовной культуры человечества (БСЭ) и специфический род практически-духовного освоения мира. Специфичность его исторически представлена двояко: как творческая художественная деятельность (в толковании Д. Ушакова) и как искусство, т.е. знание, умение, развитая привычкой или учением способность (в толковании В. Даля). Амбивалентность представлений об искусстве сохраняется

на всем протяжении человеческой истории, на нее обращал внимание Й. Хейзинга в работе «Homo Ludens». В боевых искусствах выражается, как минимум, второе толкование термина, — умение, искусность, способность, развитая долгими тренировками. При этом нельзя не заметить, что посредством боевых искусств происходит практически-духовное освоение мира, освоение ценностей культуры, их интериоризация. «Распредмеченные» ценности культуры, представленные в виде смыслов, «опредмечиваются» в физических и психических техниках, воспроизводя не только утилитарные значения, выраженные в движениях, но и неутилитарные, выраженные в отношении к противнику, к себе, к совокупной мировой энергии (ци, чи, ки — в терминологии разных школ).

Одной из самых устойчивых и обширных восточных традиций, осваиваемых в России, явилась традиция боевых искусств Востока. Японские (каратэ, айкидо, кендо, джиу-джитсу), китайские (ушу, ци-гун), корейские (таэквондо, хапкидо) боевые искусства стали с конца прошлого века одним из наиболее известных элементов традиционной культуры этого региона в массовом сознании нашей страны, особенно молодежной среде. Боевые искусства Востока существуют на российском культурном поле уже более четверти века, и на протяжении всего этого времени интерес к ним остается неизменно высоким.

Причиной интереса к дальневосточным боевым искусствам вне исконного ареала их генезиса может послужить выполняемая ими функция медиатора межкультурного общения. Распространение боевых искусств в России является одним из существенных факторов, стимулирующих интерес к дальневосточному культурному наследию и способствующих его восприятию широкими слоями населения. Во второй половине XX века в Россию начинают активно проникать различного рода восточные системы, первоначально осознаваемые здесь как относящиеся преимущественно к области физической культуры: боевые и спортивно-боевые (каратэ, ушу, айкидо, таэквондо и др.) и оздоровительные (ци-гун, «мягкий» тайцзи-цюань). К началу XXI века количество приверженцев этих систем в России достигает огромных величин [1, с. 67].

Одной из особенностей японской культуры является ее долгое развитие в период полной изоляции страны (политика *сакоку*) от всего остального мира в период правления *сегуната Токугавы*, длившейся до середины XIX века — начала периода *Мэйдзи*. На культуру и *менталитет японцев* большое влияние оказало изолированное территориальное положение страны, географические и климатические особенности, а также особые природные явления (частые *землетрясения* и *тайфуны*), что выразилось в своеобразном отношении японцев к *природе* как к живому созданию. Синтоизм — традиционная религия Японии — поклонение олицетворенным природным силам. Умение восхищаться сиюминутной красотой изменчивой природы как особенность национального характера японца нашло выражение во многих видах *искусств Японии* [2, с. 45] и ее художественной культуры. Но боевые искусства, не относясь к художественной культуре, занимают в этом ряду особое место. Боевые искусства как особый феномен, который объединяет культуру телесности с духовной культурой, наследие культуры традиционной с достижениями культуры современной — заслуживают самого пристального внимания культуролога, занимающегося проблемами становления и развития культуры народов и межкультурных взаимодействий [1, с. 67].

В формировании позитивного образа Японии в России роль боевых искусств заметна и уже привычна. Хотя не всегда она была позитивной. Первые труды отечественных ученых, посвященные феномену боевого японского духа Бусидо,

естественным образом ставшего тогда частью «желтой опасности», появились еще до русско-японской войны. Тогда этот образ начал формироваться одновременно с обретением Японией военной мощи и проявлением империалистических амбиций. Русские японоведы так же, как и их наиболее прогрессивные европейские коллеги, рассматривали, казалось бы, внезапно возникший имидж Японии как великого восточного агрессора в качестве воплощения идеи правления миром монголоидной расы в тесной связи с традиционными японскими культурами и духовными началами, прежде всего, с синто, дзэн-буддизмом и неоконфуцианством [5]. Тем самым была признана определяющая сила воздействия духовных составляющих культурной традиции на материальные.

Безусловно, до определенного времени интерес к боевым искусствам стимулировался «ореолом запретности», так как вследствие определенной идеологической политики наше государство не способствовало, а иногда просто запрещало преподавание боевых искусств. Но сегодня этот стимул исчез, боевые искусства разрешены и мало того, открылись огромные возможности в обмене информацией в этой области — а интерес к боевым искусствам остается неизменным. В городе Тюмени и Тюменской области основаны федерации ушу (2009; до того тюменцы входили в Урало-сибирскую федерацию, созданную в 1987 году), каратэ кекусинкай (1991), айкидо (2003), олимпийского тазквондо (2000). Исходя из этого, можно предположить, что существует так называемые «сквозные» или «вечные» ценности, которые несет в себе традиция боевых искусств Востока. В этом контексте особенную актуальность приобретает изучение тех ценностей, которыми насыщена система боевых искусств Востока, а также изучение процесса аккультурации этой системы российской культурой [4, с. 95]. В особенности, российской молодежной культурой.

Основополагающим отличием боевых искусств Востока является их глубокая философская подоплека, позволяющая их адептам осуществлять процесс самореализации личности на протяжении всей жизни не только в физическом, но и в духовном отношении. Актуализация внутреннего энергетического потенциала боевых искусств особенно важна на современном этапе их развития. Создание синтетических видов единоборств (как, например, кикбоксинг) на стыке восточной и западной традиций способствует успешному объединению материалистических ценностей и тактико-технического арсенала с внутренними духовными потребностями человека, в стремлении к единению с природой и выражении своего внутреннего мира через движение [5].

Огромную роль в инкультурации подрастающих поколений играют механизмы трансляции и функционирования традиции: наличие системы «учитель — ученик», обеспечивающей непосредственную передачу опыта, знаний, навыков поведенческих и морально-нравственных моделей. Важно также наличие системных связей, включающих ритуализированность, иерархичность и символичность. Механизмы трансляции и значение традиций боевых искусств Востока имеют много общего. Здесь ритуал — это осуществленный на практике этикет; формы выражения уважения к учителю, к додзэ как «месту следования пути», к товарищам по додзэ передаются неизменными в течение столетий. Иерархичность — ранговость (ступенчатость) по отношению к источнику знания. Система присвоения регалий — данов и кю — определяется личными заслугами в постижении пути, но не может превысить или изменить установленную основателями школы. Символичность — развернутая система культурных значений, от атрибутов — меч, доспех, зал и т. д., — до сущности самой деятельности. Главная роль в

передаче традиции (знаний) отводится наставнику; прослеживается связь «учитель-ученик». При использовании методик во всех школах основное внимание уделяется интуитивному методу — кан. Суть традиций всех школ заключена в строго зафиксированные формы — ката.

Значение традиций боевых искусств раскрывается в концепции пути (до), отражающуюся во всех названиях школ боевых искусств (айкидо, каратэ-до, дзюдо, кендо и т.д.) и предполагающую бесконечное развитие и самосовершенствование. Несмотря на спортивный аспект, агональное начало, совершенно отсутствующее только в айкидо, приоритет отдается духовному совершенствованию, т.е. победе над собой, над собственной слабостью, ленью, неудачей. Осознание наличия традиции, ритуализированности практики с ее символическим значением формирует особый социально-психологический статус адепта, направленный на углубленное освоение культурных ценностей.

#### *Библиографический список*

1. Антоненко, Д. В. Особенности интеграции дальневосточных боевых искусств в культуру России XX — нач. XXI вв. / Д. В. Антоненко. — Санкт-Петербург, 2010.
2. Ипатова А. А. Мода на Японию как социокультурный феномен современного российского общества: автореферат диссертации / А. А. Ипатова. — Москва, 2010.
3. Куланов А. Е. Роль боевых искусств в формировании имиджа Японии в России / А. Е. Куланов // Япония: ежегодник. — № 35. — 2006.
4. Скороходов, В. В. Интерес молодежи к восточным культурам: социокультурный анализ на примере традиции боевых искусств Востока / Скороходов В. В. Быховская И. М. // Материалы конференции молодых ученых и студентов РГАФК. — Москва: 1999. — С. 93–96.
5. Гагонин, С. Психотехника рукопашной схватки [Электронный ресурс] / Сергей Гагонин, Александр Гагонин // Lib.ru: Библиотека Максима Мошкова. — Режим доступа: <http://www.gagonin.spb.ru> — Дата обращения: 12.11.2014.

## ВЛИЯНИЕ ИНОСТРАННЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ НА РАЗВИТИЕ ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*Н.В. Кушнарёва*

*Омский государственный университет путей сообщения*

**Аннотация.** *Данная статья рассматривает язык как социальное явление. Язык служит основным средством передачи культуры. Колоссальное влияние на развитие и изменение русского языка оказывают англоязычные заимствования. В момент активного развития высоких технологий, экономики, бизнеса, компьютерной техники появляется огромное количество заимствований, а именно американизмов. В работе рассматривается трансформация причин заимствования, а так же периоды интенсификации их появления.*

**Annotation.** *This article considers the language as a social phenomenon. Language is the main means of transmitting culture. English borrowings influence tremendously on the development and changes in Russian language. At the time of active development of high technology, economy, business, computer technology there is a great amount of borrowings, mostly Americanisms. The paper deals with the transformation of the reasons of borrowing, as well as periods of intensification of their appearance.*

Языковые контакты, которые обусловлены историческими и культурными связями между народами, являются базой или основанием для процесса заимствования.

Определение, отражающее традиционную точку зрения на заимствование, отражено в лингвистическом энциклопедическом словаре: «Заимствование — элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т.д.), перенесенный из одного языка в другой в результате языковых контактов, а так же сам процесс перехода элементов одного языка в другой» [6, с. 259].

Процесс заимствования иноязычной лексики пристально изучается на протяжении многих лет и лингвистами, и философами, и социолингвистами. На современном этапе колоссальное влияние на развитие и изменение русского языка оказывают англоязычные заимствования.

В истории англо-русских языковых контактов, как считает В.М. Аристова, определенно можно выделить три периода их интенсификации:

1. 1553–1649 годы, когда языковые контакты осуществлялись в устной форме, что подтверждается широкой вариативностью английских заимствований того времени, отражающих индивидуальные особенности произношения.

2. 1696–1725 годы, когда происходит начало письменных языковых контактов, об этом можно судить по документам и письмам Петра I и его окружения; именно в Петровскую эпоху происходит активизация заимствований и начало проникновения в русский язык английских слов [3, с. 72]. Но удельный вес англицизмов был еще незначителен по сравнению с заимствованиями из других языков (например, немецкого и французского) [8, с. 216].

3. Конец XVIII — середина XIX веков (особенно 1820–1870 годы) — этап, характеризующийся «наличием англо-русского устного и письменного билингвизма в России»; главной причиной повышения престижа английского языка в этот период является «укрепление и повышение престижа Англии на мировой арене, формирование в русской общественной мысли мнения об английском языке как языке прогресса и вольнодумия, увлечение английской литературой» [2, с.98]. В данный период англицизмы не только активно усваиваются, но и от них образуются производные: *клуб* — *клубист* — *клубный*, *комфорт* — *комфортность* — *комфортабельный*, *конструкция* — *конструировать* — *конструктивный*, *монумент* — *монументальный*, *вист* — *вистовать* [4, с. 395].

4. Конец XX — начало XXI века, этап, который кардинально отличается от предшествующих. Остановимся для более подробного рассмотрения данного периода.

В данное время проникновение англицизмов в русский язык происходит устным путем — через телевидение и радио, а так же письменным путем — через газеты, журналы, международные договоры.

На разных этапах языковых контактов очевидно преобладание таких форм заимствования как калькирование или материально заимствованные элементы. На разных этапах преобладают различные типы калек: для середины прошлого века смысловые кальки были явлением «сравнительно редким и почти совсем неизученным» [1, с. 65]; в современном русском языке, в свою очередь преобладают семантические и сочетаемостные кальки [8, с.137].

Сегодня очевиден процесс материальных заимствований «вследствие их большей экономичности по сравнению с коренными или калькированными выражениями» [2, с. 100–101]: *паркинг* — «помещение для стоянки автомобилей»; *импичмент* — «правовая процедура привлечения к суду парламента высших должностных лиц государства»; *компьютер* — «электронно-вычислительная машина»; *саунд-трек* — «музыкальная дорожка к видео — или визуальному ряду». И все же

«при доминировании материальной формы заимствования заметно активизировалось скрытое заимствование, прежде всего ... калькирование» [7, с. 68]. Обычно заимствованные слова проникают в русский язык прямым путем, но иногда происходит опосредованное заимствование, тогда языком-посредником выступает тоже английский язык, который совмещает и донорскую и посредническую функцию.

Очевидным является тот факт, что калькирование отмечается не только на уровне лексики, но и на уровне грамматических структур, что соответственно разрушает изнутри синтаксис русского языка [9, с. 31]. Приведем примеры нетипичных для русского языка двусоставных наименований, которые так же являются калькой с английского: *арт-сцена, веб-устройство, интернет-платеж, видеоконференция, бизнес-леди, онлайн-трансляция, веб-адрес* и т.д.

Следует обратить внимание на факт, что этапы исторического развития языков отличаются характером тематических групп слов. Во время правления Петра I произошли преобразования в различных сферах, в том числе и в кораблестроении, что привело к появлению в русском языке английской морской терминологии, а также военной лексики. В конце XIX — начале XX века, во время научно технического развития, заимствуется лексика сферы науки и техники. Рубеж XX — XXI веков отмечен развитием сферы общественной жизни: высокие технологии, экономика, бизнес, компьютерная техника. Именно в этот момент появляется огромное количество англицизмов, а именно американизмов, результатом чего явилась американоцентричность современной мировой культуры, причем в высшей степени [12, с. 16].

На современном этапе происходит некая трансформация причин заимствования. В XVI веке возникла необходимость в заимствованиях для дипломатов и купцов (заимствовались названия должностей и титулов, обозначения мер, весов, денежных единиц и т.д.). В период правления Петра I заимствовались военные и морские термины. В начале XIX века, с интенсивным проникновением иностранной литературы, заимствовались новые предметы и явления для русской языковой картины мира.

На сегодняшнем этапе развития русского языка часто употребляются заимствования, имеющие аналоги в родном языке, но предпочтение отдается именно заимствованным словам типа: *имидж* — вместо «облик», *бойлер* — вместо «водонагреватель», *пати* — вместо «вечеринка», *хэппи-энд* — вместо «счастливый конец», *юзер* — вместо «пользователь». В.В. Колесов считает, что на данном этапе возникает лексикологическая проблема, состоящая в том, что «в русском языке уже имеются слова того же или близкого значения, даже заимствованные, но раньше. Тут дело моды, которая в речевом употреблении постоянно меняется» [5, с. 200].

Помимо моды есть еще и другие причины:

— социальная, которая указывает на принадлежность человека к той или иной социальной среде (компьютерная среда — *юзер* вместо «пользователь», *ник* вместо «прозвище», *аккаунт* вместо «информация о пользователе», *ламер* вместо «неумелый пользователь», *оф-лайн* вместо «отключенный от сети»; область экономики — *индустрия* вместо «промышленность», *коммерция* вместо «торговля», *контракт* вместо «договор», *кредитор* вместо «заимодавец»);

— эвфемистическая, способствующая замене табуированных лексем англицизмами, так как они не несут негативного оттенка, в отличие от исконно русской лексики: *киллер* — вместо «убийца», *коррупция* — вместо «продажность».

Факт активизации политических, научных, деловых, культурных и торговых связей является главной причиной англоязычной экспансии сегодня. На данном этапе использование заимствований характеризует речь современного общества, тогда как в предыдущие века англицизмы являлись показателем высшего сосло-

вия. Очевидна психологическая причина — понижения статуса исконного слова и восприятие американизма как эталонного стандарта. Более того, становится нормой для современного образованного человека свободное владение иностранным языком (в основном английским).

Современную ситуацию языкового общения в мире можно охарактеризовать как эпоху глобального билингвизма — «родной язык + английский язык».

Мы видим на современном этапе с одной стороны, активное заимствование англицизмов, с другой же — возникновение некоторых теоретических проблем в восприятии и толковании заимствованных в русский язык слов. Известно, что в таких странах как Франция, Германия, Польша существуют специальные законы, которые контролируют процесс заимствования.

В нашей стране подобных законов пока нет, отсюда возникают некоторые опасения за будущее русского языка: «Усреднение ментальности до *бэзик-рашн* прямым образом связано с нарушением национальной формы сознания путем разрушения системы русских слов. Происходит искривление русского ментального пространства, инициированное непродуманным использованием иностранных слов в значении русских» [5, с. 204].

Е.В. Сенько говорит, что «внедрение многочисленных иноязычных слов приводит к вытеснению коренных лексических единиц, что ведет к уничтожению важных национальных образов мира. Так происходит давление на нашу духовность» [10, с. 73–74].

Но существует и другая точка зрения, в соответствии с которой «процессам заимствования и связанной с ними интернационализации не могут помешать, а тем более остановить эти процессы даже охранительные, протекционистские меры законодательного характера», так как благодаря мировой глобализации языковые системы становятся открытыми, что способствует взаимодействию языков, их сближению и интернационализации словарных фондов [11, с. 26].

Мы знаем, что культура является неотъемлемой частью человеческой жизни, она организует человеческую жизнь. Язык же, в свою очередь, явление социальное. Им нельзя овладеть вне социального взаимодействия, т.е. без общения с другими людьми. Язык служит основным средством передачи культуры.

Россия непохожа на другие страны, ее народ отличается и от западно-европейских и от восточно-европейских народов. Русский народ на протяжении многих веков составлял основное ядро могущественного многонационального Русского государства. Он всегда играл ведущую роль в экономике и общественно-политической и культурной жизни страны. Высокоразвитая русская культура оказала большое влияние на культуру других народов страны, русские помогли ранее отсталым народам поднять свой материальный и культурный уровень. Русский язык стал вторым языком для многих народов России. Следует задуматься о сохранении русской национальной культуры и нашего «могучего» языка.

#### *Литература*

1. Будагов Р. А. Введение в науку о языке. — М.: Добросвет, 2003. — 619 с.
2. Володарская Э. Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов. // Вопросы языкознания. — 2002. — №4. — С. 96–111.
3. Горбунова Е. Н., Гущина Е. В. Исторические предпосылки и условия заимствования англицизмов в русский язык. // Языковые и культурные контакты. — Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2008. — Вып. 2. — С. 71–75.
4. Дьяков А. И. Этапы заимствования английской лексики в русском языке // Наука и образование. — Белово: Беловский полиграфист, 2003. — Ч. 3. — С. 394–397.
5. Колесов В. В. Язык и ментальность. — СПб.: Петербургское востоковедение, 2004. — 240 с.



6. Лингвистический энциклопедический словарь. — 1998. — С. 259.
7. Маринова Е. В. Иноязычная лексика в русской речи конца XX — XXI в.: проблемы освоения и функционирования. — М.: ООО «Издательство ЭЛПИС», 2008. — 495 с.
8. Маринова Е. В. Иноязычная лексика современного русского языка: учеб. пособие. — М.: Флинта: Наука, 2012. — 296 с.
9. Семенова М. Ю. Принципы изучения лексики англоязычного происхождения в современном русском языке: к проблеме составления словаря англицизмов: Дис. ... канд. филол. наук. — Ростов-на-Дону, 2007. — 195 с.
10. Сенько Е. В. Лексические инновации в современной языковой картине: новые слова, значения, словосочетания. — Владикавказ: Изд-во СОГУ, 2012. — 268 с.
11. Сидельников В. П. Факторы, определяющие функционирование и развитие языка // Русский язык: исторические судьбы и современность. II Международный конгресс исследователей русского языка. — М.: Изд-во МГУ, 2004. — С. 26–27.
12. Тарасова М. В. Семантические изменения английских заимствований в русском и немецком языках в условиях глобализации: Дис. ... канд. филол. наук. — Белгород, 2009. — 192 с.

## РАЗВИТИЕ ДЕТСКИХ И МОЛОДЕЖНЫХ ДВИЖЕНИЙ В Г. ИШИМЕ

*Т.А. Нестерова*

*Ишимский педагогический институт им. П.П. Ершова  
(филиал) Тюменского государственного университета*

**Аннотация.** *Широкое распространение детских и молодежных движений затронуло как крупные мегаполисы, так и небольшие города. В своем исследовании мы проследили особенности организации и направление работы детских и юношеских объединений г. Ишима. Школьные объединения, организации при специальных учебных заведениях и высшего образовательного учреждения постоянно контактируют между, а также реализуют десятки направлений деятельности, организуют ежегодные мероприятия, открывают юных лидеров, осуществляют социализацию подростков и молодежи.*

**Abstract.** *There is a high prevalence of children's and youth movements in large cities and small towns alike. Our research follows the peculiar features of the organization and direction of such movements in Ishim. Close contacts are maintained between school societies and organizations based in special needs and higher education institutions. Together, they implement a variety of work strategies, hold yearly events, discover and support young leaders, work towards a more successful social adjustment of adolescents and young adults.*

В современный период детские и молодежные движения России получают широкое распространение, с каждым годом увеличивается количество вовлеченных в них детей. Данный процесс затрагивает как крупные мегаполисы, так и небольшие города. В своем исследовании мы проследили особенности организации и направление работы детских и молодежных объединений г. Ишима.

**Детские демократические организации** — это добровольные массовые объединения детей и подростков, осуществляющие под руководством прогрессивных организаций или в контакте с ними идейно-политическое и нравственное воспитание подрастающего поколения [2, с. 159].

Изучение опыта детского движения привело к обоснованию этапов его становления и развития. В основу периодизации детского движения в России исследователями (Т.В. Трухачева, Л.В. Алиева, И.В. Руденко, А.Г.Кирпичник, В.А. Кудинов и др.) положена история государства, события, которые так или иначе влияли на развитие детского движения.

Вопросы истории, организации и функционирования детских общественных объединений рассматривали А.В. Волохова, А.Г. Кирпичник, Д.Н. Лебедева, Т.В. Трухачева, Э.А. Мальцева, М.И. Рожкова и др.

Л.В. Алиева дает следующую периодизацию детского движения в России:

1 этап: 10-е годы XX века — возникновение детского движения как специфической социальной реальности;

2 этап: 20-е — начало 30-х годов XX века — становление детского движения в форме пионерства как социально-педагогической реальности, нового средства целевого социального воспитания.

3 этап: 30-е — 80-е годы — развитие пионерского движения как массовой монополярной общественной детской организации — специфической воспитательной системы, звена системы коммунистического воспитания подрастающего поколения.

4 этап: 90-е годы XX века — 10-е годы XXI века — саморазвитие и самоопределение отечественного детского движения в новых социально — экономических, исторических условиях российского общества [1, с. 10].

На протяжении своего развития детские организации выработали принципы устройства и функционирования детских общественных объединений (по Д.Н. Лебедеву):

1. Самореализация как смысл включенности личности в объединение.
2. Самоорганизация как механизм, образующий общественное объединение детей и подростков.
3. Самодеятельность как способ существования объединения.
4. Самоуправление как средство, обеспечивающее функционирование объединения.
5. Социальная реальность как содержательный источник организованной детской самодеятельности и сфера реализации детской активности.
6. Участие и поддержка взрослых как ответственность взрослых за педагогические последствия организованной детской самодеятельности.
7. Возрастающая включенность детей в общественные отношения как способ становления личности в детском объединении [3, с. 24].

Разработанная теоретическая база детских организаций позволяет им в современный период искать новые формы, структуры, содержание и направление деятельности. Они часто предполагают сложную структуру и документальное оформление, разработку устава, систему руководящих органов, но могут существовать как неформальные организации, которые возникают на основе любительских интересов или групп интересов, развлекательных предпочтений.

На территории города Ишима существует более 30 детских и молодежных общественных объединений. Большинство из них осуществляют свою деятельность на базе средних общеобразовательных школ, специальных учебных заведений, высшего образовательного учреждения и центров дополнительного образования. Наиболее активными школьными объединениями в организации общественной деятельности являются:

1. Общественное объединение «Флотилия» (СОШ № 1).
2. Отряд «Юные инспектора движения», отряд «Дружина Юных пожарных» (СОШ № 2).
3. Самодеятельное объединение «Содружество «+» (СОШ №4).

4. Детская парламентская республика «Мир» «Мы имени России» (СОШ №5).
5. Детская республика «Нескучная» (СОШ № 7).
6. Детская организация «Остров Радужный» (5–11 кл.) и «Содружество мальчиков и девочек» (1–4 кл.) (СОШ №8).
7. Республика «ШКИД» (школьный клуб интересных дел) (СОШ № 12).
8. Объединение детских коллективов «Мы» (СОШ № 29).
9. Школьное объединение «Город Солнечный» (СОШ № 31).

Направления деятельности зависят от интересов школьников, что нашло отражение в их названиях: художественно-эстетическое, патриотическое, оздоровительно-спортивное, духовно-нравственное. Количество членов детских объединения варьируется от 10 (актив объединения) до 700 человек (молодежь, задействованная в программах объединения). Объединения и организации школ принимают постоянное участие в традиционных мероприятиях («Школьный Новый год», «День Защитников Отечества», «День Победы», «Последний звонок!», «День рождения школы») и проводят собственные творческие программы («Во имя сохранения природы», «Доброе сердце — добрые поступки», «Весенняя Неделя Добра», «Колокола Памяти», «Правовая акция», «Соревнования между учителями и учениками»).

Популярная в России добровольная деятельность волонтеров успешно развивается в г. Ишиме. Школьные (отряд «Профи») и студенческие волонтерские отряды («Лидер», «Будь здоров!» при ИПИ им. П.П. Ершова и «Пульс» при «Ишимском медицинском колледже») организуют проекты по пропаганде здорового образа жизни и профилактике употребления алкоголя, табакокурения, наркомании.

Ярко представлена работа молодежного движения г. Ишима деятельностью студентов ИПИ им. П.П. Ершова (филиал ТГУ). Студенческий спортивный клуб (руководитель А.Н. Родионов) координирует спортивно-оздоровительную работу среди молодежи, популяризирует физическую культуру и спорт среди населения города.

Студенческий совет и первичная профсоюзная организация студентов ИПИ им. П.П. Ершова (филиал ТГУ) регулируют развитие органов студенческого самоуправления всех факультетов. Ими реализуются следующие проекты: общественная деятельность; студенческое самоуправление; организация мероприятий вуза.

Штаб студенческих строительных отрядов занимается воспитанием студентов в духе творческого коллективизма и уважительного отношения к труду. На протяжении всего обучения студенты всех факультетов имеют возможность участвовать в составе строительных отрядов в общественной и трудовой жизни как г. Ишима, так и всей Тюменской области.

Успешно развивается студенческое научное общество (под руководством А.В. Захарова). Организация научно-исследовательской деятельности реализуется студенческим научным обществом через следующие проекты: научные кружки; проблемные группы; научные лаборатории.

Педагогический отряд «Кураж» при ИПИ им. П.П. Ершова (филиал ТГУ) организует внеучебную деятельность: привлекает активных студентов для работы со студентами и школьниками. Педагогический отряд в составе от 17 до 20 человек организует систематические занятия «Школа актива» и «Школа юного педагога». Также организует кружковую деятельность на базе института при участии студентов Центра студенческих инициатив.

Вышеизложенные организации (школьные, специальных учебных заведений, высшего образовательного учреждения) контактируют между собой на городских мероприятиях, «Школах актива» (городских, областных), а также на городском детском парламенте. Они представляют десятки направлений деятельности, сотни

ежегодных мероприятий, открывают юных лидеров среди подростков и молодежи, помогают многим ребятам социализироваться, расширять круг своего общения.

Современные детские объединения занимаются благотворительными делами, организуют активный отдых, соревнуются в интеллектуальных и спортивных турнирах, иницируют экологические проекты. Без них не может в полном объеме проходить общественно-культурная жизнь города Ишима. Более тесное сотрудничество добровольных объединений детей и студентов с Центром профилактики наркомании и общественными организациями города может в будущем повысить значимость их социальной деятельности.

#### *Литература*

1. Алиева, Л.В. Детское движение — субъект воспитания: теория, история, практика [Текст] / Л.В. Алиева. — М.: МАКС Пресс, 2002. — 224 с.
2. Большая советская энциклопедия [Текст] // под ред. А.М. Прохорова. — М.: Советская энциклопедия, 1974. — Т. 18. — 632 с.
3. Лебедев, Д. Детское общественное движение переходного периода. Тенденции, противоречия, перспективы [Текст] // Внешкольник. — 1999. — № 5. С. 24—28.

## ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ БИБЛИОТЕКИ (НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА ПРЕЗИДЕНТСКОЙ БИБЛИОТЕКИ ИМ. Б.Н. ЕЛЬЦИНА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)

*А.С. Пляхотко*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Данная статья посвящена исследованию формирования информационной компетентности учащейся молодежи в условиях библиотеки нового типа. В статье рассматривается проблема формирования информационно-коммуникационной компетентности учащихся средних и высших школ и их информационной культуры в целом.*

**Annotation.** *This article is devoted to research of formation of information competence of studying youth in the conditions of a new type of library. The problem of formation of information-communication competence of students in secondary and higher schools and their information culture as a whole.*

Сегодня как никогда важна ориентация молодежи на непрерывное образование как обязательное условие социализации и адаптации. Специалисту XXI века недостаточно получить образование единойжды — он вынужден повышать квалификацию и даже переучиваться в течение всей жизни. А это под силу только специалисту, обладающему высоким уровнем профессиональной самостоятельности и мобильности, именно такой специалист востребован сегодня на рынке труда.

При переходе к информационному обществу на первый план выдвигаются проблемы его интеллектуализации, создания и внедрения новых технологий, основанных на эффективном использовании знаний — стратегического ресурса общества.

Подготовка высококвалифицированного практико-ориентированного специалиста также является непростой задачей, предполагающей существенную мо-

дернизацию большинства российских вузов. Об этом, в частности, свидетельствует интенсивная информатизация всех сфер жизнедеятельности человека, что предъявляет новые требования к высшему профессиональному образованию. Сегодня одним из главных требований социального заказа современного общества для вуза является подготовка выпускников, способных ориентироваться в огромном потоке информации; эффективно применять различные информационные источники и новые информационно-коммуникационные технологии в предстоящей профессиональной деятельности. Поэтому особое значение для системы высшего профессионального образования имеет формирование у студентов информационно-коммуникационной компетентности, позволяющей наращивать конкурентоспособность современного специалиста и возможности его адаптации к динамично меняющейся реальности [1].

27 мая 2009 года начала свою деятельность Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина, созданная по инициативе государственной власти. Одной из основных ее целей является сохранение, преумножение и обеспечение доступа в электронной среде к национальному культурному наследию, связанному с теорией, историей и практикой российской государственности и русским языком как государственным языком Российской Федерации [2, с. 40]. Филиал библиотеки в Тюменской области был открыт 23 мая 2011 года и функционирует на базе Тюменской областной библиотеки им. Д. И. Менделеева. В настоящее время в штате филиала состоит 8 сотрудников.

Библиотека создает центры компетенции в муниципальных образованиях Тюменской области, диверсифицирует деловые контакты с поставщиками цифровых ресурсов, а также открывает удаленные электронные читальные залы на базе средних и высших учебных заведений. Среди основных партнеров библиотеки — библиотечное сообщество Тюменской области, муниципальные образования Тюменской области, высшие учебные заведения, такие как Тюменский государственный институт культуры, Тюменский государственный университет, Государственный аграрный университет Северного Зауралья и другие.

В целях формирования информационной компетентности учащейся молодежи библиотека проводит практикоориентированные интерактивные занятия по работе с ресурсами Президентской библиотеки на основе доступа к ее удаленному электронному читальному залу. Происходит увеличение количества участников мероприятий, проводимых в дистанционном формате, таких как видеолектории, конкурсы и олимпиады. При этом выполняются требования Федеральных Государственных Образовательных Стандартов к условиям реализации основной образовательной программы.

Одним из проектов библиотеки является развитие сетевого партнерства с МАОУ Гимназией № 1 города Тюмени. Сотрудниками библиотеки было проведено обучение по работе с ее ресурсами с 18 педагогами, 400 родителями и 997 учениками. Учащиеся старших классов, реализуя свой творческий потенциал, получили возможность сопровождать процесс индивидуального образования учащихся Гимназии в качестве тьютора, обучая учащихся младших классов работе с ресурсами библиотеки. Конечно же, понятия «тьюторство», «тьюторское сопровождение» не являются в строгом смысле слова новыми для современного образования. Тьютор — *tutor* в переводе с английского — педагог-наставник. Этимология этого слова (лат. *tueor* — заботиться, оберегать) связана с понятиями — защитник, покровитель, страж. Тьюторство появляется там, где возникают условия и потребность в вариативности и индивидуализации образовательных

программ. А это в условиях введения новых ФГОС является крайне актуальным для современных школ. Идея «ученик-тьютор» направлена на решение в первую очередь образовательных задач в рамках учебных программ, при этом неся в себе и воспитательные функции.

В настоящее время охват сотрудничества с муниципальными образованиями региона ограничена удаленностью 100 км. от города Тюмени. Таким образом, действующими партнерами библиотеки являются школы и вузы города Тюмени, а также школы тюменского муниципального района и Заводоуковского городского округа. Ежедневно, кроме понедельника и воскресенья, на площадке Тюменского филиала проводятся обучающие занятия по работе с ресурсами библиотеки, презентации и уроки истории. Предварительная численность участников проекта составляет 5000-7000 человек.

В 2012 году также было подписано соглашение о сотрудничестве между Президентской библиотекой и Аграрным университетом Северного Зауралья. В период с 2013 по 2014 г. Было проведено 23 занятия, собравших 720 участников, с 2014 по 2015 состоялось 26 занятий, на которых общее количество учащихся составило 650 человек. Среди лекторов выступали такие, как депутаты Тюменской областной думы В.А. Ковин и С.С. Козлов, бывший ректор ГАУСЗ профессор Н.В. Абрамов и другие.

Потенциальный мультипликативный охват участников проекта достигает 200000 человек. Благодаря содействию таких стратегических партнеров, так как ТОГИР-РО, ГАУСЗ, ТГИК и Система общего образования Тюменской области, библиотека активно взаимодействует с педагогами, а также широкой ученической и родительской общественностью.

В целях формирования информационной культуры граждан Тюменской области филиал Президентской библиотеки и ГАУК ТОНБ для педагогов на базе учреждений проводятся семинары, научные конференции, конкурсы, направленные на популяризацию использования информационных ресурсов Президентской библиотеки; для учащихся — проводится видеолекторий «Знание о России», экскурсии, Олимпиада «Россия в электронном мире»; для родителей — губернаторская программа повышения компьютерной грамотности «Расширяя горизонты», международный фотоконкурс «Взгляд иностранца».

Из года в год все более и более набирает обороты такой проект, как олимпиада Президентской библиотеки «Россия в электронном мире», в котором принимают участие учащиеся старших классов Российских школ. Олимпиада проводится на министерском уровне по таким дисциплинам, как история обществознание и русский язык. Она проходит в 3 этапа. Первые 2 тура проводятся дистанционно — через интернет-сайт Президентской библиотеки, а третий — финальный — проходит на площадках Президентской библиотеки Санкт-Петербурга и филиала в Тюменской области. В 2013/14 гг. из 3030 участников 610 составили учащиеся Тюменской области, а в 2014/15 гг. из 7154 участников — уже 2720, что подчеркивает растущий интерес к данному мероприятию у обучающихся старших классов.

В условиях модернизации среднего и высшего образования начинает интенсивно происходить интеграция современных информационно-коммуникационных технологий во все виды образовательной деятельности: учебной, воспитательной, научно-исследовательской и производственной. Исходя из этого, расширяются возможности формирования информационно-коммуникационной компетентности учащихся средних и высших школ и их информационной культуры в целом, что представляет собой важнейший компонент профессиональной готовности специалиста современной формации. На интеллектуальном рынке труда востребованны

ми становятся, прежде всего, те специалисты, которые владеют высоким уровнем информационной культуры и коммуникационной компетентности. В данном случае на помощь учащейся молодежи и приходит Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина — уникальный ресурс, объединяющий народы России и всего мира.

#### *Литература*

1. Ефимова Ю.В. Формирование информационно-коммуникационной компетентности студентов ВУЗа в контексте модернизации высшей школы // Современные проблемы науки и образования. — 2012. — № 6; URL: [www.science-education.ru/106-8031](http://www.science-education.ru/106-8031) (дата обращения: 27.10.2015).
2. «Социум. Культура. Личность. Досуг», всероссийская научно-практическая конференция (с международным участием) (2 ; 21-22 ноября 2014 г. ; Тюмень). Социум. Культура. Личность. Досуг [Текст] : материалы... конференции / Тюм. гос. акад. культуры, искусств и социал. технологий ; науч. ред. Е. М. Акулич. — Тюмень : ТГАКИСТ, 2014. — 285, [1] с.

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ФЕНОМЕНА ФЕМИНИЗМА

*П.А. Полякова*

*ФБГОУ ВПО Челябинская академия культуры и искусств*

**Аннотация.** *В статье рассмотрены основные инструменты исследования феномена феминизма в современном российском обществе. В публикации автором представлены основные результаты контент-анализа форумов феминистской и антифеминистской направленности. Кроме того, в статье презентуется портрет «типичного» представителя феминистского и антифеминистского движений, составленный на основе полученных в ходе исследования данных. Так же в статье представлены критерии для анализа фильмов феминистской направленности.*

**Abstract.** *In this article examine basic instruments of research phenomenon of feminism in contemporary russian society. In this publication the author presented the main results of the content-analysis of feministic and anti-feministic forums. In addition, article presents the «typical» representative of feministic and anti-feministic movements compiled on the basis of the data in the study. Also, in This article have a criteria for analysis of film's based on feminism.*

Нами на протяжении некоторого времени подробно исследуются различные аспекты феминизма — от анализа сущности данного феномена до специфики его позиционирования в сети Интернет. Будучи явлением чрезвычайно «живым» и подвижным, феминизм трансформируется, появляются его новые виды и формы. Их изучение представляется чрезвычайно интересным для специалиста-культуролога, поскольку феминистские настроения не рождаются в вакууме, а являются реакцией на определенный социокультурный контекст.

Для начала стоит дать определение понятию «феминизм». Итак, под феминизмом мы будем понимать женское движение, целью которого является устранение дискриминации женщин и уравнивание их в правах с мужчинами [1].

В рамках данной статьи мы хотели бы остановиться на методологических аспектах изучения феномена феминизма. Безусловно, любое явление социокультурной

сферы можно исследовать с помощью самого разнообразного инструментария. Мы же остановимся на тех методах, которые были непосредственно апробированы нами.

Первый метод, которым мы воспользовались, был метод контент— анализа. Контент-анализ — это количественный метод сбора данных, применяемый в социологии, политологии, психологии и других социальных науках. Суть метода заключается в переводе текстовой или графической информации к количественным показателям [3]. Преимущества этого метода заключаются в том, что контент-анализ позволяет беспристрастно и объективно оценить исследуемые документы, а так же перевести разрозненную информацию в количественные показатели. Целью использования контент-анализа в нашей работе являлось упорядочивание мнения о феминизме в тематических форумных пространствах.

Мы проанализировали Интернет-площадки, специализирующиеся на обсуждении межполовых проблем в свете феминистской и антифеминистской точек зрения. Полный список включал в себя четыре форума феминистской и форума антифеминистской направленности: 1) форум женского журнала «Woman.ru» (<http://www.woman.ru/>); 2) форум феминистического движения в России «Феминизм по-русски» (<http://www.feminismru.org/forum>); 3) «Главный женский форум страны» (<http://womantalks.ru/>); 4) «Чисто феминизм» (<http://chistofeminism.ucoz.com/forum>).

И три форума антифеминистской направленности: «Антибабский сайт» (<http://www.antiwomen.ru/ff/>); «Форум Мужского Движения» (<http://menrights.mybb.ru/>); «Антифеминизм пикчерз» (<http://antife.mybb.ru/>).

Для анализа нами были выделены следующие категории: половозрастные характеристики участников обсуждений, род деятельности авторов, упоминания собственно явления феминизма в сообщениях, а также эмоциональная окраска этих сообщений, аргументация своей точки зрения, целевая аудитория сообщения.

На основе проведенного анализа мы можем сделать определенные выводы. Для удобства мы объединили результаты в портрет среднестатистической феминистки и антифеминиста.

Итак. Феминистка — это женщина, в возрасте 30—49 лет, занимающаяся самыми разными видами деятельности — от домохозяйки до руководителя, чаще всего не состоящая в данный момент в отношениях, имеющая драматичный опыт общения с мужчинами, занимающая достаточно четкую позицию относительно положения женщины в обществе, ее прав и обязанностей. При этом приобщение к феминизму у нее произошло не столько исходя из теоретических убеждений или близости самой идеологии, сколько из-за разочарований в мужчинах в результате неудачного личного опыта. Основные агитационные усилия она направляет на своих противников, переубеждая их и доказывая собственную правоту.

Портрет среднестатистического антифеминиста выглядит следующим образом — это мужчина в возрасте от 30 до 49 лет, самых разнообразных профессиональных интересов, имеющий определенные, достаточно жесткое предубеждение и твердые установки относительно женщин вообще, а особенно незамужних/разведенных/имеющих детей от первого брака («с прицепом») женщинах, выражающий свое мнение достаточно активно и нередко даже жестко. Свою позицию адресует в основном коллегам по убеждениям, находя в них опору и поддержку и не пытаясь переубедить своих идеологических противников.

Таким образом, использование данного метода позволило нам выявить основные стереотипы о феминистском движении и о том, какие категории Интернет-пользователей более всего озадачены вопросом равенства/не равенства мужчин и женщин в современном российском обществе.



Вторая методика, о которой мы хотели бы рассказать в этой статье, помогла бы исследователю составить мнение о том, как представлены гендерные роли в современной художественной культуре, в частности — в киноискусстве. Речь пойдет о методике, разработанной американской художницей Элисон Бехдель, вдохновленной эссе Вирджинии Вулф «Своя комната». Цель теста Бехдель проста: показать, что «деятельным началом» и «человеком по умолчанию» в киноискусстве по-прежнему остается мужчина, а женщины, если они вообще присутствуют в кадре, чаще всего играют вспомогательную роль [2]. Существуют разные модификации теста Бехдель. Одна версия требует, чтобы женщины разговаривали друг с другом не менее 60 секунд экранного времени; другая дисквалифицирует разговоры о детях и домашнем хозяйстве. Наиболее популярной является «умеренно строгая» версия:

1. В фильме должно быть не менее двух женщин, названных по имени.
2. Женщины, названные по имени, должны хотя бы раз поговорить друг с другом.
3. Женщины, названные по имени, должны хотя бы раз поговорить друг с другом не о мужчине.

В Интернете существуют специализированные блоги и сайты, занимающиеся анализом различных фильмов по тесту Бехдель, наглядно показывающих, действительно ли женщина представлена в киноискусстве как пассивный объект.

Однако с помощью данного теста мы можем выявить целый ряд интересующих нас параметров, касающихся социокультурных изменений, происходящих с течением времени в различных регионах.

На наш взгляд данная методика является наиболее актуальной в контексте культурологического исследования, поскольку отражает во первых, отношение к феминизму в Интернет пространстве, где мнение о подобных острых вопросах высказывается наиболее честно и открыто, во вторых, — в художественном пространстве на примере киноиндустрии, поскольку она является наиболее массовой и популярной формой для трансляции тех или иных мнений, стереотипов, которые присутствуют в культуре.

В рамках нашего исследования для анализа мы выбрали следующие фильмы: Любка, Сестры, Стиляги, Битва за Севастополь, Батальон, Женская дружба, А зори здесь тихие, Кококо, Елена, Страна Глухих, Я не вернусь, Сибирский цирюльник, Лиля навсегда, Кука, Ты есть, Стальная бабочка. Выбор данных фильмов был продиктован наличием в них женщин, так или иначе соответствующих феминистским идеалам.

Поскольку наша исследовательская работа еще не закончена, результаты апробации данного теста находятся еще в процессе анализа, но будут представлены в следующих публикациях.

Таким образом, методология изучения феминизма как социокультурного феномена, на наш взгляд, требует детального анализа, поскольку в русскоязычном исследовательском комьюнити еще не сформировалось комплексного понимания инструментов и механизмов научного анализа данного явления, требующего объективной оценки в современных реалиях российского общества.

#### *Литература*

1. Пушкарева Н.Л. Что такое феминизм? // Женская история. Гендерная история (Теория и исследования: учеб. пособие) / Н.Л. Пушкарева. — Калуга, 2001. — С. 354.
2. Что такое тест Бехдель [Электронный ресурс]. URL: <https://bechdelru.wordpress.com/about/> (дата обращения: 14.09.2015).
3. Ядов, В.А. Социологическое исследование: методология, программы, методы / В.А. Ядов. — Самара, 1995. — 767 с.

## EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОДЮСЕРСКОГО ЦЕНТРА

*Ф.Х. Попова, М.А. Васильева*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Статья характеризует одно из современных направлений менеджерской деятельности в социально-культурной сфере — Event-менеджмент. Проводится типологический анализ Event-мероприятий.*

**Ключевые слова:** *менеджмент, Event-менеджмент, менеджер, мероприятие, технология.*

**Annotation.** *The article describes one of the modern trends of managerial activities in the socio-cultural sphere — Event-management. Held typological analysis of Event-events.*

**Key words:** *management, Event-Management, Manager, event, event technology.*

С английского языка «event» переводится как «случай, событие, мероприятие, происшествие». Значит, дословный перевод «event-мероприятие» звучит как «мероприятие к мероприятию». Понятие «event» является субъективным и неоднозначным. Благоприятный исход мероприятия напрямую зависит от побочных event-эффектов, которые плавно переходят один в другой. Как таковой event не имеет четких границ. Так, например грамотная организация прибытия к месту проведения мероприятия, организация питания, окружение и отъезд способны создать общее благоприятное впечатление [1].

Event-мероприятия приобретают все большую актуальность как средство предпринимательской коммуникации, активизации целевых групп. Со времен возникновения event индустрии в России прошло уже более 20 лет, однако, профессиональное образование в этой области практически отсутствует. Существует мнение, что event-специалист — это не профессия, которой нужно учиться, а набор навыков, приобретаемых опытным путем.

Рост числа мероприятий и событий в бизнесе и обществе во всем мире означает, что их менеджмент больше не может быть «моментальным». Современная реальность включает события всех масштабов от Олимпийских Игр до корпоративного завтрака для десятка деловых людей. В бизнесе, обществе и в малых группах проводятся события различного типа и размера, чтобы предложить себя, добиться успеха, повысить доход или отпраздновать юбилей. В сфере внимания event-менеджмента, или управления событиями, лежат вопросы, касающиеся того, что именно отличает подлинное событие и как таким событием управлять, как его планировать и последовательно осуществлять. В основу успеха должно быть положено тщательное планирование и безупречная организация каждого мероприятия: здесь необходимо действовать систематически и избегать распространенных ошибок.

Event-менеджмент является одним из наиболее существенных инструментов PR, который направлен на получение не одноразового эффекта, а долговременного процесса в формировании имиджа предприятия, его влиянии на общественные интересы и потребности. Event-менеджеры могут быть привлечены не только для планирования и организации события, но также и для создания марки (бренда), маркетинга и коммуникационной стратегии. Хороший event-менеджер должен обладать навыками проектирования, управления, экономики, знать основы клиентского сервиса и многое другое. При этом важно, что в центре внимания event-менеджмента поставлен клиент. Это требует гораздо большей сосредото-

ценности на работе с индивидуальными решениями, субъективным восприятием и психологическими эффектами, нежели на экономике и организации производства и технических приемах. Они ориентированы на эмоциональное восприятие клиентов и неповторимы по сути, единственные в своем роде; они рискованны и требуют высокой степени ответственности.

Event-менеджмент применяется не только в тесном кругу event-индустрии, но также и в арт-менеджменте, шоу-бизнесе и продюсерской деятельности. Некоторые продюсерские центры совмещают функции event-агентства. Однако отличительной характеристикой продюсерского центра является преимущественно творческая деятельность продюсеров по подготовке артистов, а также ведение административной деятельности в сфере шоу-бизнеса. Event-агентство, в свою очередь, работает как в сфере шоу-бизнеса, так и для частных и корпоративных клиентов. Имеет широкую базу артистов и деятелей в сфере культуры и искусства, которых предлагает, продвигает и продает, за счет чего работает для своего имиджа.

Деятельность продюсера связана с риском и является предпринимательской, представляя собой сочетание экономической, правовой и культурной составляющих. Профессия продюсера тесно соприкасается и с профессией менеджера. Продюсер, как и менеджер, должен рассматривать культуру и искусство как целостный и стратегический ресурс, создавать идеи и проекты, руководить организацией труда в коллективе, изменить и применить культурный продукт ее в лучшую сторону, получив от этого прибыль на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

Инновационная деятельность продюсерских центров в настоящее время состоит не только в продвижении артистов, ведущих и других подопечных центра, но и в организации мероприятий, связанных с личными событиями, как частных, так и корпоративных клиентов. Таким образом, продюсерские центры совмещают свою работу с деятельностью event-агентств на рынке потребления услуг. Данное направление стало настолько значимым, что главной задачей специалистов по организации событий является умение найти наиболее правильные, уместные и эффективные решения.

Но, следует сказать, что продюсерский центр это только часть инновационной методики организации мероприятий различного масштаба. Event-менеджмент профессионально применяет инновационные методы работы, как в организации своей деятельности в event-агентствах, так и в работе по организации мероприятий.

К основным форматам event-мероприятий можно отнести:

- корпоративный праздник (день компании, день бренда);
- профессиональный праздник (день нефтяника);
- юбилей компании;
- корпоративный Новый год;
- корпоративный выезд на природу;
- дилерская конференция, съезд;
- выездная конференция для партнеров, для сотрудников;
- цикловое совещание;
- торжественная церемония (вручения наград);
- тест-драйв;
- лонч продукта, презентация продукта;
- тимбилдинг (командообразующее мероприятие);
- инсентив-тур (поощрительная поездка);
- пресс-мероприятия (пресс-конференции, пресс-туры, презентация для прессы);
- частные праздники (День рождения, свадьба, юбилей);
- детские праздники.

Промо-акции не являются event-мероприятиями, так как обычно проводятся либо в течение продолжительного времени, имеют широкую аудиторию, персонально неизвестную заказчику заранее, часто проводятся одновременно в разных местах и различных регионах.

Выставки и конференции также не являются event-мероприятиями, так как имеют широкую аудиторию, персонально неизвестную заказчику заранее. Чаще всего выставки финансируются не из бюджета заказчика, а за счет продажи билетов, продажи выставочных стендов и не создают атмосферу торжественности [2].

Таким образом, event не имеет четких границ. Он быстро набирает обороты, становясь современным нововведением, и выделяется в отдельную индустрию, где приобретает более широкое значение — праздничное событие, где действие превращается в продукт, способный стать прогрессивным решением самых разнообразных задач современного бизнеса и средством достижения определенных экономических и маркетинговых целей.

В отличие от праздников, event-мероприятия тщательно разрабатываются и целенаправленно планируются на основании конкретных задач и специфики клиента. Event включает в себя использование специальных мероприятий для достижения различных корпоративных и общественных целей. Методы и приемы управления делают события уникальными, которые рассматриваются как отдельные проекты. Поэтому можно сказать, что event — это программа управления проектом.

В общем и целом подготовка и проведение event планируется как проект и для каждого этапа характерны свои виды деятельности, а каждый новый проект не должен иметь аналогов. Работа и организация труда в агентстве — это необходимый инструмент координирования множества людей, которые трудятся над одной задачей.

Event-менеджеры — организаторы мероприятий, отталкиваясь от конкретных особенностей и требований заказа, собирают имеющиеся ресурсы в единый «микс», создавая при этом действительно незабываемый праздник. *Функции event-менеджера* заключается в самом проведении мероприятия. Event-менеджер должен владеть навыками самоорганизации, быть коммуникабельным для ведения переговоров, налаживания взаимовыгодных отношений между агентством и клиентом.

Event-технологии занимают важное место в становлении и развитии современной празднично-обрядовой культуры, поскольку реализуя различные методики, углубляют и обогащают как исторически сложившиеся, так и современные формы и жанры массового действия.

Event-менеджмент включает в себя все действия и меры, которые предусматриваются при планировании, организации, контроле и управлении проектом или событием. Агентства, планируя событие для разных групп лиц, способствуют созданию положительного образа своей компании, ее продукции и услуг, повышают лояльность потребителей к данной сфере работы. Узнаваемость event-компаний — одна из составляющих ее работы.

Мероприятия и события, реализованные с помощью инновационного event-менеджмента, являются новым форматом проведения досугового времяпрепровождения, так как в его составляющие входят развлекательная и шоу-программы, разработанные для определенной групп заказчиков.

Таким образом, на современном этапе развития теории управления event-менеджмент занимает лидирующее место в организации как личных, так и корпоративных событий, будь то День рождения или День компании, тимбилдинг или промо-акция, фестиваль или флеш-моб.

*Литература*

1. Почепцов, Г.Г. Имиджология [Текст] // Г.Г. Почепцов // Москва : Рефл-бук : Ваклер, 2000. — 768 с. — (Образовательная библиотека).
2. Event-агентство Eventum Production [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.eventum-premo.ru/>

## ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫЙ ПОДХОД В СОЦИАЛЬНОМ ВОСПИТАНИИ ДОШКОЛЬНИКОВ

*В.С. Лебедев, Л.В. Сабанина*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В центре нашего внимания дети дошкольного возраста. Сложившаяся кризисная ситуация в образовании по воспитанию молодежи дает повод для активного занятия анализом создавшейся ситуации в дошкольных учреждениях и разработать рекомендации педагогических правил по социальному воспитанию дошкольников, которые помогут воспитателям в работе с детьми-дошкольниками. Педагог, реализующий деятельностный подход в воспитании дошкольников, должен видеть и учитывать как тактические, так и стратегические цели. Те знания, которые дети получают в детском саду, формируют у них мотивы познавательной деятельности, гуманистическое мировоззрение, которые являются основой социальной зрелости человека.*

**Annotation.** *There are children of preschool age in the center of our attention. The folded crisis situation in education on education of young people gives cause for the active engaging in the analysis of the created situation in preschool establishments and to work out recommendations of pedagogical rules on social education of preschool children that will help educators in-process with preschool children. A teacher, realizing activity approach, in education of preschool children must see and take into account both tactical and strategic aims. Those knowledge that children get in kindergarten form for them reasons of cognitive activity, humanistic world view, that are basis of social maturity of man.*

Главное интегративное свойство педагогического процесса — его способность к осуществлению социальных функций. Общество заинтересовано в том, чтобы их выполнение было качественным. Что касается нашей конкретной ситуации, то социализацию ребенка-дошкольника мы рассматриваем как стратегическую цель деятельности любого педагога, работающего в детском саду. Все знания приобретаемые ребенком на занятиях, можно рассматривать как базу для социального становления личности человека. То образование, которое дети получают в детском саду, формирует у них мотивы познавательной деятельности, логику мышления, гуманистическое мировоззрение, которые составляют основу социальной зрелости человека.

Человек становится личностью только в результате деятельности. Определить уровень образованности, воспитанности личности можно только по его делам, поступкам. Поэтому принцип деятельностного подхода в воспитании детей дошкольного возраста является весьма эффективным и наиболее распространенным.

При анализе организации деятельности детей в процессе социального воспитания особое значение имеет структура деятельности.

В работах психологов С.Г. Рубинштейна, А.Н. Леонтьева деятельность чаще всего представлена в виде компонентов: потребность, мотивы, действия, условия, операции, результаты. Психолог Н.К. Платонов предложил более простую схему: цель — мотив — способ — результат.

Наши исследования организации деятельности дошкольников с педагогической точки зрения показывают, что она (деятельность) должна быть ориентирована на а) организационно-содержательную деятельность; б) организационно-процессуальную деятельность; в) мотивационную деятельность. Каждое из этих трех направлений имеет свои компоненты. Организационно-содержательное направление деятельности включает в себя: цель, задачи, инструктаж, проект деятельности, ход (программа), результат. Организационно-процессуальное направление включает компоненты, в которых в основном применяются методы: логика, самоконтроль, самоинициатива, самоинформированность, фантазия, размышления, самосформированность и др. Мотивационная деятельность выстраивается на основе: интереса, желания, определенной установки, ценности, уникальности, своеобразности [1, с. 139].

Самое простое мероприятие, проводимое в детском саду или отдельной группе, требует глубокого осмысления, тщательного планирования, обязательного инструктажа детей. Возьмем, например, экскурсию по территории детского сада или игра на улице, непременно должны проходить при высокой организованности, с соблюдением дисциплины. А уж если — это выход за территорию учреждения, тем более необходимо предусмотреть все мелочи: от одежды детей, до их построения, движения (желательно попарно) и сопровождения и т.д. Рассмотрим занятие детей в группе. Тема: «Работа с пластилином». Дети лепят из пластилина любимых животных или птиц. Воспитатель ставит задачу, объясняет правила работы с пластилином, контролирует деятельность детей в ходе занятия, напоминая детям о том, что нужно хорошо подумать самостоятельно, с чего начать и как работать, чтобы получился конечный результат. Педагог не оказывает никакого давления на детей, наоборот, призывая их подумать, предоставляет максимальную свободу действий. Но самый кульминационный момент — это результат труда. Однако он обязан обязательно выслушать комментарий ребенка по поводу того, чего он достиг, выделить положительные моменты, похвалить за работу и очень важно, чтобы конечным результатом была организована выставка для родителей. Дети должны быть уверены, что их поделки увидят родители, а дома они расскажут как «здорово» они сначала думали, а потом уже лепили свою задуманную поделку.

Для успешного эксперимента применения в социальном воспитании деятельностного подхода, мы использовали, рекомендовали использовать ряд педагогических правил, разработанных В.И. Андреевым и дополненных авторами, исходя из конкретной ситуации.

Первое правило. Всегда в работе с детьми не спешить принимать решение. Прежде чем выйти из сложившейся сложной ситуации, очень тщательно продумать все «за» и «против», мысленно представив конечный результат. Важно наметить не один, а несколько путей выхода из ситуации, так сказать иметь «запасные пути». Например, во время игры в песочнице, дети поссорились на предмет, чье сооружение лучше. Воспитатель, разрешая конфликт, постарается выяснить, какова цель построения данного изделия, для чего это было предназначено, в чем интерес ребенка, что послужило (мотив) толчком именно построить такое сооружение и т.д. Выяснив, что цели отличаются, мотивы и интересы

различные, воспитатель очень искренне восхищается изготовленным сооружением, объясняет, что они оба очень нужны, красивы, заслуживают внимания, и предназначены для разных функций. Поэтому они хороши каждый по-своему и заслуживают особой высокой оценки. Ни в коем случае нельзя их сравнивать между собой. Конфликт будет исчерпан [2, с.176].

Второе правило. В любых ситуациях опирайтесь на высоконравственные критерии и принципы, выходя из сложной педагогической ситуации. Докажите, что дети были убеждены в вашем профессионализме, справедливости и честности. Например, идет занятие, дети рисуют природный ландшафт. Все хорошо, но вот незадача, Вова изобразил на своем рисунке небо голубым, а Маша — розовым. И воспитатель, выслушав комментарии детей проявляет все свои познания, в каких случаях небо бывает голубым, а в каких бывает розовым. Очень понятно объясняет детям как происходит, что небо в разные часы суток имеет свой цвет, не забыв рассказать, почему небо бывает еще серым, обязательно сославшись на учения физики, химии, рисунки великих художников. Особо проявляя любовь к детям и искренне восхищаясь находчивости, таланту и вниманию детей, которые наверняка, выбирая цвет, пользовались своими наблюдениями.

Третье правило. В сложной педагогической ситуации не спешите решить все проблемы сразу и сейчас, как говорится разом, взмахом одной руки с «шашкой наголо». Это не приведет к успеху. Наоборот, продумайте решение поэтапно, желательно, чтобы один вывод вытекал из другого, чтобы логически они были связаны между собой. Так решение будет выглядеть убедительно и обязательно достигнет своего результата. Пример занятие по музыке. Дети разучивают песенку. Музыкальный руководитель строго пристраивает свои объяснительные действия. Первый этап заключается в том, что учитель рассказывает и показывает нотный стан, расположение нот. Второй этап — это звучание нот голосом и на музыкальном инструменте от «до» до «си» и от «си» до «до», причем в разных октавах. На третьем этапе педагог рассказывает и показывает, что чтобы написать какое-либо музыкальное произведение, необходимо расположить ноты в определенном порядке. Чем точнее будут звучать эти ноты, тем правильнее будет воспроизведено музыкальное произведение. В сложных музыкальных произведениях ноты объединяются в группы, т.е. их совместное звучание — это есть аккорды. Иногда музыкальное произведение состоит из одних аккордов. Воспроизведение такого произведения достаточно сложно и требует больших навыков и знаний, мастерства и интуиции.

Четвертое правило. По ходу занятия, особенно когда дети выполняют задание самостоятельно, необходимо корректировать свои действия. Это требует от педагога особого внимания, вдумчивости и любви, не только к ребенку, но и своему делу, своей профессии. Следить за деятельностью детей и осуществлять коррекцию в групповом занятии дело не простое и требует определенных навыков и постоянной тренировки.

Пятое правило. «Кто не работает, тот не ошибается», так гласит поговорка. Желательно не ошибаться, особенно в педагогической деятельности. Но вдруг все-таки педагогическая ошибка произошла. Необходимо: а) признаться самому себе, что промах есть; б) это не значит, что надо посыпать голову пеплом, стонать и кричать «Что я натворил (а)», а остановиться и продумать, как исправить и в дальнейшем больше не допускать. Это способствует росту собственного авторитета, и появлению чувства собственного «Я», призывающего быть более внимательным, вдумчивым, психически уравновешенным и не допускать опрометчивости.

Важным компонентом социального воспитания является цель. Правильно поставленная цель системообразующе влияет на любую деятельность ребенка, а стало быть и на весь воспитательный процесс, его содержание, формы, методы, что несомненно сказывается на конечном результате.

Исключительно большое значение ясности и точности постановки целей придавал К.Д. Ушинский. Он писал: «Что сказали бы вы об архитекторе, который, закладывая новое здание, не сумел бы ответить вам на вопрос, что он хочет строить — храм или просто дом. То же самое должны вы сказать и о воспитателе, который не сумел ясно и точно определить цели своей воспитательной деятельности» [4, с. 63].

Однако правильно определить и сформулировать цель далеко не простое дело, как это кажется на первый взгляд. Особый искушенный подход к формированию целей имел А.С. Макаренко.

Как показывает теория и практика социального воспитания детей, необходимо учитывать, что цели должны: 1) быть реальными; 2) учитывать возрастные и индивидуальные особенности воспитанника; 3) быть привлекательными, т.е. лично значимыми для ребенка; 4) общественно значимыми и соответствовать лучшим гуманистическим представлениям о современном человеке, как о человеке культуры и творчески развивающей личности.

В нашем конкретном случае, анализ многообразия целей социального воспитания применительно к дошкольникам показывает среди множества мы выделяем следующие:

1. Общие цели социализации, которые задаются в форме модели формирования личности дошкольника-выпускника, подготовленного к обучению в школе.
2. Цель воспитания на конкретный возрастной период развития личности ребенка.
3. Цель социального воспитания на последний год посещения детского сада.
4. Цель воспитания для конкретной группы детей. В настоящее время многие детские сады являются центрами формирования или развития, как и по подобию самого дошкольного учреждения, многие группы намечают свои конкретные цели и задачи.
5. Цели социального воспитания конкретного воспитанника.
6. Цели в конкретной педагогической ситуации.

Таким образом, педагог, реализуя деятельностный подход в воспитании дошкольников, должен видеть как общие или стратегические цели воспитания, так и частные (тактические) уже более конкретизированные.

#### *Литература*

1. Андреев, В.И. Педагогика творческого саморазвития. Книга 2. Инновационный курс / В.И. Андреев. — Изд. Казанского ун-та, 1998.
2. Лебедев, В.С. Роль педагогов в социализации детей дошкольного возраста / В.С. Лебедев // Социум. Культура. Личность. Досуг: современные практики региональной культуры. (Мат-лы IV Межд. Науч-практ. конф. 26–27 ноября, 2013 г.). — Тюмень, 2013.
3. Сухомлинский, В.А. О воспитании / В.А. Сухомлинский. Москва, Изд. политическая литература, 1975.
4. Ушинский, К.Д. собрание соч. : в 11 т. / К.Д. Ушинский. Т.10. — 1950.



## СОЦИАЛЬНОЕ ВОСПИТАНИЕ РЕБЕНКА В ДОШКОЛЬНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ

*В.С. Лебедев*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Целью данной статьи является анализ позитивной социализации дошкольников в период посещения ими дошкольных образовательных учреждений в Тюмени. Особое место в исследовании занимают вопросы тактики и стратегии формирования личности ребенка через социальные программы и совместную деятельность родителей, детей посещающих детский сад и педагогических коллективов детских садов. По мнению автора социальным воспитанием необходимо заниматься с самого раннего возраста. В ходе исследования использовались методы: наблюдения, опроса, анкетирования и другие.*

**Annotation.** *The aim of this article is an analysis of positive socialization of preschool children in the period of visit by them preschool educational establishments in Tyumen. The special place in research is occupied by the questions of tactics and strategy of forming of personality of child through the social programs and joint activity of parents, children of visitant kindergarten and pedagogical collectives of kindergartens. In opinion of author it is necessary to read social education with the earliest age. During research methods were used: supervision, questioning, questionnaire.*

С самого рождения ребенок накапливает социальный опыт с помощью взрослых. Первыми его учителями являются родители, чуть позже воспитатели детского сада, потом учителя, члены коллектива и т.д. Опыт, который приобретает ребенок, является фундаментом будущей взрослой жизни. Однако, чтобы этот «фундамент» сформировался, необходимы определенные условия. Поэтому наш разговор мы сосредоточим на первой, т.е. начальной ступени социализации ребенка — это дошкольный возраст. На сколько это важно доказывать нет необходимости. Дошкольное образовательное учреждение является частью социально-педагогической системы огромного института образования, призванного решать проблемы ребенка на раннем этапе его становления.

В ходе физиологического, психологического, социально-личностного развития ребенка, его индивидуальных и возрастных особенностей определяется процесс социализации протекания психических процессов, внешних воздействий. В исследованиях Л.С. Выготского, В.В. Давыдова, П.Ф. Каптерева, С.Л. Рубинштейна, Д.Б. Эльконина выявлены эти особенности.

Однако, в целом вопросы развития диалогических отношений ребенка с миром и особенно с самим собой в системе дошкольного образования представляются еще недостаточно изученными.

Социализация — это непрерывный процесс, продолжающийся всю жизнь, это процесс становления личности. Сущность социализации раскрывается через процессы адаптации, интеграции, саморазвития и самореализации.

По мнению автора, эффективность социального воспитания измеряется такими показателями: как быть достойным и продуктивным членом общества, законопослушным гражданином, уважать права и свободы сограждан, достойно исполнять социальные роли и обязанности, адаптироваться в социальной среде и

интегрироваться в жизнь общества [4, с. 11]. Эти критерии есть не что иное как отношение ребенка к обществу, социально значимой деятельности, степень активности жизненной позиции, степень сформированности социального опыта. Все эти личностные качества могут формироваться и развиваться в условиях, созданных в дошкольном образовательном учреждении. Вместе с тем, мы отдаем себе отчет, что социальное воспитание детей в детском саду может осуществляться как в ходе стихийного воздействия социальных факторов, так и в целенаправленном организованном процессе.

Социальное воспитание — одно из самых перспективных направлений работы современного дошкольного образования. Однако, мы не можем не учитывать в этой работе деятельность семьи и совместную работу педколлектива и родителей. Очевидно, что семья и дошкольное образовательное учреждение, выполняя свои особые функции, не могут заменить друг друга, и более того, должны взаимодействовать во имя полноценного развития дошкольника. «Семья как важнейший фактор социализации являет собой персональную среду жизни и развития человека от рождения и до конца жизни. От семьи во многом зависит, как идет физическое, эмоциональное и социальное развитие человека на протяжении всей жизни. Семья играет одну из главных ролей в приобретении ребенком социального опыта, овладении им социальных норм, жизненной ориентации» [5, с. 174].

Проблемы социализации личности в истории отечественной педагогики всегда были актуальными. Об этом писали К.Д. Ушинский, Л.Н. Толстой, К.Н. Вентцель, В.А. Сухомлинский и другие.

Социальное воспитание представляет собой многоплановый процесс, в ходе которого осуществляется приобщение ребенка к «всеобщему социальному» и постепенное утверждение себя как субъекта социальной культуры. Социализация детей дошкольного возраста осуществляется в разнонаправленной деятельности по овладению предметного мира и мира отношений между людьми. Поэтому педагоги, работающие с детьми должны иметь специальное образование, высокую квалификацию, обладать особыми качествами. На эти качества автор обращает исключительное внимание, зная какой не простой это труд — воспитатель детского сада, рассуждая с «колокольни» своего 50-летнего педагогического стажа. Первое и очень важное качество, которым должен обладать воспитатель — это любовь к детям. В.А. Сухомлинский по этому поводу писал: «Научиться любить детей нельзя ни в каком учебном заведении, ни по каким книгам, эта способность развивается в процессе участия человека в общественной жизни, его взаимоотношений с другими людьми. Но по самой природе своей педагогический труд — повседневное общение с детьми — углубляет любовь к человеку, веру в него» [7, с. 25].

В область нашего исследования входят деятельность педагогических коллективов и формирование личности ребенка в детских садах г. Тюмени. В последние годы ДОУ № 25, 18, 172, 123, 113, 135 и другие активно используют программы: «Я — Человек» (С.И. Козлова и др.), «Наследие» (Я.М. Новицкая и др.), «Дружные ребята (Р.С. Буре и др.), «Основы безопасности детей дошкольного возраста» (Р.Б. Стеркина и др.). Программы ориентируют педагогов дошкольных учреждений на создание условий полноценного социального развития детей, которые способствуют проявлению специальной мотивации, самостоятельному выбору стиля поведения, социальной компетентности и др. Работая по указанным и другим программам воспитатели детских садов являются квалифицированными «изобретателями» и рационализаторами. Придумывают различные виды и формы педагогической деятельности, специальные занятия, (экскурсии,

игры, диспуты, дискуссии), формирующие уверенность в себе, позитивное отношение к миру, к людям, и, что не менее важно, отрабатываются положительные поведенческие навыки, формируется характер.

Используемые многочисленные педагогические теории социального воспитания чаще всего возникают и определяются тем, на какую идеальную модель личности воспитанника они ориентированы. Идеал этот детерминируется с потребностями общества, в котором осуществляется педагогический процесс [6, с. 76].

Исследуя систему воспитания детей дошкольного возраста, мы не можем не обратиться как к традиционным, так и к инновационным теориям.

Рассмотрим личностный подход в социальном воспитании. На наш взгляд он является для данного возраста особенно необходимым и весьма эффективным. В период формирования в стране рыночных отношений приходится очень много перестраивать, нет ни одной сферы жизнедеятельности, которую не надо было бы реформировать, а то и выводить из кризиса. Что касается социальной сферы, и прежде всего образования, то наоборот эта «услуга» впала в кризис. Отчасти и потому, что ее начали называть «услугой», т.е. услуга это значит не обязательность, а раз так, значит можно обойтись и без нее или не обращать особого внимания. Что собственно и происходит со всей системой образования — от дошкольного до высшего. Особую озабоченность вызывает социальное воспитание и уровень воспитанности молодежи. Нельзя сказать, что мы не говорим о творческой, конкурентоспособной, интеллигентной личности, способной к непрерывному творческому саморазвитию. Но ведь только говорим, а что делаем? Наши средства массовой информации переполнены боевиками, ворами и убийцами. Сегодня «герой» экрана это человек, стремящийся к личной наживе, но не рабочий, инженер, сельхозработник, производящий материальные блага, а наоборот, потребители материальных благ, совершенно не задумывающийся, откуда они (блага) берутся.

Разговаривая с детьми детских садов, мы заинтересовались, кем они хотят быть? Из предложенных нами 15 профессий: тракторист (машинист тяжелой машины), водитель, летчик, космонавт, директор банка, бизнесмен, оператор машинного доения, оператор перекачки нефти, геолог-нефтяник, учитель, врач, артист, агроном, рок-звезда, работник культуры. Из 50 детей опрошенных никто не назвал профессии тракторист, мастер машинного доения, агроном, геолог-нефтяник. Однако более 60% детей связывают свою будущую жизнь с профессией банкира и бизнесмена (причем бизнес связан с владением заводов, фабрик, дорог и даже рек, но не производством какой-то продукции), одна девочка изъявила желание быть учителем, два ребенка — врачами.

Наблюдая за игрой детей в детском саду, мы констатируем, что большинство играющих, представляют себя в роли директора, управляющего, хозяина учреждения питания, даже министра. Незначительная часть представляет себя в роли водителя, врача, учителя. Никто не хочет быть ученым, и уж тем более работать в сфере услуг (охранник, дворник, уборщица и т.д.). 20–30 лет назад дети играли в космонавтов, милиционеров, сталеваров, хлеборобов и др. Вполне понятно, что изменилось время, потребности, возможности, но и не будем сбрасывать со счетов: изменились цели, задачи, и пути их достижения. Работать учителем или врачом не престижно, малооплачиваемо, да и вообще зачастую профессия учителя у некоторой категории населения вызывает в лучшем случае улыбку, а то и превращается в посмешище. Автор этих строк, являясь несколько десятилетий директором школы, наблюдая как молодые учителя стесняются назвать свою профессию, чтобы не вызвать смех у окружающей «успешной» молодежи. Люди видят как

один закон «работает» для разных людей. За украденную булочку в гипермаркете — срок лишения свободы на 2-3 года и за украденные миллиарды рублей условное наказание. За пьяное хулиганство — 6 лет, за убийство в ДТП — условное наказание. Видят это и дети, поэтому все хотят быть начальниками, чиновниками, депутатами. Думается, не только этим определяется нежелание детей быть рабочими, а и слабой работой образовательных учреждений отсутствием четкой программы формирования человека труда, человека героя — труженика.

Определять уровень развития каждого ребенка на основе специальных показателей: (интерес к себе, интерес к сверстникам, к группе детского сада). В условиях, когда существуют разные программы, воспитателю важно проанализировать методическое обеспечение, что позволит конкретизировать их ведущие характеристики. В программе «Я — Человек» социальное развитие трактуется как проблема познания социального мира; в программе «Дружные ребята» акцент сделан на этические проблемы социального развития дошкольника; авторы программы «Наследие» обращаются к проблеме социализации ребенка в семье и ДОУ средствами народной культуры; авторов программы «Основы безопасности детей дошкольного возраста» интересует проблема социальной адаптации детей с учетом реалий современного мира.

Все программы в своей основе рассматриваются в условиях личностного подхода или, как часто говорят, личностно-ориентированное воспитание. «В основе личностно-ориентированного воспитания лежит конечная цель — идеальная личность. Все компоненты воспитательной системы, условия их функционирования и саморазвития проектируются и реализуются с учетом конечного результата» [9, с. 56].

Личностно-ориентированный подход в воспитании характерен для таких прогрессивных воспитательных систем, как Вальдорфская школа, школа Селестена Френе, школа Марии Монтессори и др.

Элементы Вальдорфской школы используют многие педколлективы детских садов. Приоритетом в педагогической деятельности коллективов является то, что в каждом ребенке не зависимо от возраста признается уникальная, неповторимая личность. Личность как тайна, личность как загадка. Как часть Вселенной, часть человеческого общества, его бытия. Все это побуждает педагога-воспитателя относиться к каждому ребенку с особым уважением и любовью, несмотря на какие-либо его достоинства или недостатки. Отсюда задача воспитателя — создать все условия для роста, личностного саморазвития, прежде всего, духовно-нравственного роста.

Первое, на чем хотелось бы заострить проблему — это вспомним немного прошлого. Часто будущее ребенка предопределялось положением семьи в обществе. В какой семье человек рождался, воспитывался, развивался (в крестьянской, семье рабочего, интеллигенции), те традиции он и продолжал. «Семейные традиции и возможности во многом продолжали траекторию как уровня и качества образования и воспитания, так и последующего жизненного пути человека» [1, с. 136].

В современной педагогике семейная социальная сфера в выборе жизненного пути ребенка не является определяющей, не играет столь важной роли. Это связано, прежде всего, с тем, что дети, посещающие дошкольное образовательное учреждение, находятся в относительно равных условиях. Более того, современная педагогика не ставит перед собой утопическо-провокационных целей — воспитать человека определенного типа, наоборот, она ориентирует ребенка на саморазвитие. Те детские учреждения, в которых педколлективы работают в этом направлении, имеют успех. Дети лучше адаптируются в школе после детского сада, становятся более успешны в жизни. Об этом мы уже писали [4, с. 49].

Второе направление личностно-ориентированного воспитания — это создание окружающей среды, наиболее благоприятной для развития индивидуально-личностного роста ребенка. В нашем конкретном случае, создание социума дошкольного образовательного учреждения включает: тесное сотрудничество с родительской общественностью и создание особой инфраструктуры детского сада на основе договорных отношений с учреждениями культуры, частными организациями и отдельными личностями.

Работа с родителями проводится дошкольным учреждением традиционно в своем микрорайоне. Эта работа начинается с учета родителей, желающих устроить своего ребенка в предлагаемый детский сад. Затем часть родителей включаются в формирование родительского актива, (совет учреждения, родительский комитет, инициативная группа и др.). Но самым основным и действенным органом, участвующим в управленческой деятельности и организованных работах — это инициативная группа под руководством педагогов-воспитателей. Наибольший эффект приносит участие родителей в праздничных, экскурсионных, природоохранных мероприятиях вместе с детьми и работниками детских садов. Такая совместная деятельность в художественно-эстетических, спортивно-игровых состязаниях способствует укреплению связей родителей с детским садом, социальной защите детей и укреплению внутренних семейных отношений, формированию семейной воспитательной работы, особенно в молодых семьях. Все это позволяет более активно включать родителей в детские интересы, в детскую жизнь, наполняет содержанием семейное воспитание, укрепляет любовь и взаимопонимание между родителями и детьми из разных семей. «Это надо видеть радость и гордость детей за своих родителей, когда они вместе участвуют в каком-либо мероприятии» [5, с. 176].

Результативность взаимодействия семьи и детского сада в социализации детей в значительной степени зависит и от самих родителей, от других взрослых членов семьи, на уровень ответственности, за детей которых дошкольное учреждение влияет различными пропагандистскими, семейно-лекционными информационными мероприятиями. Хотя за степень воспитанности взрослых учреждение ответственности взять не может. Однако знать из кого состоит семья, кто окружает детей в семье, кто оказывает на них влияние (положительное или отрицательное) детский сад и воспитатели должны. Только в этих условиях педколлектив может правильно строить свои отношения с ребенком в детском саду с его родителями и одновременно проводить работу по нейтрализации асоциального поведения детей и отрицательного воздействия окружения на них.

Зная примерный уровень педагогической подготовленности родителей к семейному воспитанию детей, детский сад строит свою работу по педагогическому просвещению родителей. В недалеком прошлом такая работа проводилась, особенно между школой и родителями, на предприятиях. Автор этих строк был активным участником общества «Знание» и лектором, так называемых политинформаций или педагогических чтений перед рабочими и служащими шефствующего над школой предприятия. В этом были заинтересованы как педагоги, так и руководство предприятия, а самое главное родители. Им не безынтересно было знать, чем живет школа, успехи детей, их активность, дисциплинированность, участие в мероприятиях различного уровня.

Позволю себе окунуться в воспоминания. В школе № 15, директором которой был автор этих строк, был оформлен огромный стенд о шефах. На первом плане директор Тюменского судостроительного завода Петр Петрович Потапов — Герой социалистического труда. Лауреат Государственной премии. Рядом с ним рабо-

чие-передовики производства, ударники труда, активные деятели, депутаты и др. Все они являлись родителями детей, которые учились в нашей школе. Как гордились дети своими родителями и разве могли они подвести своих родителей. На них равнялись все, с них брали пример. Появление в школе руководителей завода, рабочих-передовиков производства, в равной степени, как и экскурсии детей на завод, было обычным систематическим делом. Все это стимулировало детей, способствовало учебе, ответственности, дисциплинированности. Таких примеров можно приводить огромное количество не только у нас, но и по всей области и стране. Такая же система совместной работы была и между предприятием и детскими садами. Тем более, что детские сады были ведомственные, т.е. принадлежали предприятиям, являлись их структурным подразделением. Наиболее активно в лекториях принимали участие руководители образовательных (дошкольных, школьных) учреждений, их заместители, воспитатели, учителя физкультуры, музыки, изобразительного искусства, школьный психолог, социальный педагог. Все это ушло в прошлое, сегодня такого нет, но остались некоторые формы и появились новые.

Общественное бытие обычно влияет на сознание опосредованно через окружение человека и взаимодействие с ним, обстоятельств, совокупность которых мы называем социальной средой. Все эти факторы влияют на социальную активность ребенка-дошкольника. Важно, чтобы это влияние было действительно в положительном направлении.

Из прошлого в наше время перекечевали родительские собрания, входе которых присутствует педагогическое просвещение, их результативность зависит от организованности и тематики. Все собрания должны быть тематическими, темы могут быть самыми разными исходя их тех задач, которые перед собой ставит дошкольное учреждение. Тематика объявляется заранее, с тем, чтобы родители приходили на собрание подготовленными, а еще лучше, когда возникают вопросы, переходящие в дискуссию или обмен опытом. Это живое и очень эффективное общение. Второе, что дают тематические собрания — это ожидание родителей и отчасти учеба, что обязательно вызовет желание посетить следующее собрание и не только в качестве слушателя, но и активного участника.

Любая оригинальная тематика со временем становится стандартной. Когда-то такие темы как «Нравственное воспитание детей в семье» или «Роль художественно-эстетических знаний в социализации ребенка» и другие подобные были нестандартными, актуальными и вызвали живой интерес родителей. Но со временем, с ростом образованности родителей, обеспеченностью и распространением с огромной скоростью коммуникативных связей, особенно интернетом — эта тематика, да и формы проведения собраний уходит на второй план. Появляются новые формы, например, интернет общение, а отсюда и новые темы. Например, «Как Вы любите своего ребенка?», «Что значит один ребенок в семье?», «Организация досуга в семье» и др. Желательно, чтобы темы были объявлены на год и включали в себя психолого-педагогическую, социально-экономическую, медико-экологическую тематику знаний. Еще лучше, когда учитываются (анализируются) вопросы и выполняются просьбы родителей.

Важным условием успеха родительских собраний-лекториев является определение четкого графика проведения. И вообще весь регламент работы дошкольного учреждения должен быть известен родителям.

Семейное воспитание осуществляется тем успешнее, чем лучше подготовлены к исполнению этих социальных обязанностей оба родителя. Поэтому педколлектив детского сада прилагает огромные усилия, чтобы собрания посещали оба и папа, и мама ребенка. Хотя с каждым годом это сделать становится все трудней.

Каждый день в семье ребенку обеспечивается или комфорт, или наоборот, царит обстановка невнимания к ребенку. Беспорядочная неорганизованная жизнь родителей ложится перегрузкой на нервную систему ребенка. Ребенок приходит утром в детский сад расстроенным, неухоженным, недоспавшим. Скажем так, день для ребенка нарушен, он замыкается, нервничает, на замечания не реагирует или того хуже начинает делать наоборот, как мы часто говорим, вредничает. Нам в своей практике с такой ситуацией приходилось встречаться достаточно часто. Посещение семей, частные беседы — это хорошо, но выясняется, что этого мало, а некоторые родители просто выглядят необразованными в плане воспитания детей. И здесь приходят на помощь лекции психологов, медицинских работников, педагогов. Начнем с того, что научим родителей систематически интересоваться делами ребенка: «Как дела в садике?», «Что было интересного?», «Чем занимались?». Эти вопросы родителей к своим детям стимулируют и дисциплинируют детей. Ребенок, зная о том, что родители будут интересоваться его делами, старается день провести с пользой для себя. А еще с пользой, как ни странно, для родителей, чтобы было, что рассказать папе и маме, порадовать их. И мы видим, с каким интересом и желанием ребенок рассказывает о прошедшем дне в саду. А такой вопрос: «Как ты думаешь, воспитатель тобой доволен?» настраивает ребенка думать над своим поведением, анализировать поступки, но самое главное, создает чувство ответственности впечатление того, что родителям далеко небезразлично его поведение, его мысли, наконец, отношение к окружающим и в целом к жизни.

Таким образом, с помощью общения работников детского сада с родителями, выясняется, что не нужны в семье нотации, морали, окрики. Наоборот, нужно правильно организовать жизнь в семье, создать условия для общения, исключить из общения грубые интонации, постараться создать в семье атмосферу радости, любви, взаимопонимания. Ребенок должен чувствовать, что он любим, что любовь родителей к нему и его к родителям является главным в жизни ребенка. При правильном образе жизни в семье обеспечивается в комплексе физическое и нравственное воспитание, расширяется эмоциональная сфера, создается устойчивое психическое состояние.

#### *Литература*

1. Андреев, В.И. Педагогика творческого саморазвития. Инновационный курс. Книга 2 / В.И. Андреев. — Изд. Казанского ун-та, 1998.
2. Бондаревская, Е.В. Воспитание как возрождение человека культуры и нравственности / Е.В. Бондаревская. — Ростов-на-Дону, 1991.
3. Загвязинский, В.И. Исследовательская деятельность педагога: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 033400 «Педагогика» / В.И. Загвязинский. — Москва: Академия, 2008.
4. Лебедев, В.С. Социальное воспитание школьников / В.С. Лебедев. — Тюмень, 2007.
5. Лебедев, В.С. Роль совместной деятельности детского сада и семьи в социализации дошкольников // В.С. Лебедев, Л.В. Сабанина. Вестник Тюменской Государственной академии культуры, искусства и социальных технологий. Выпуск 2. Социум. Культура. Личность. Досуг: современные практики региональной культуры. (Мат-лы V Межд. Науч-практ. конфер. 21–22 ноября, 2014 г.). — Тюмень, 2014. — С. 174.
6. Мудрик, А.В. Социальная педагогика / А.В. Мудрик. 7-е изд. — Москва: Академия, 2009.
7. Сухомлинский, В.А. Павлышская средняя школа / В.А. Сухомлинский. — Москва: Просвещение, 1969.
8. Щуркова, Н.Е. Прикладная педагогика воспитания: учеб. пособие / Н.Е. Щуркова. — Санкт-Петербург, 2005.
9. Якиманская, И.С. Личностно-ориентированное обучение в современной школе / И.С. Якиманская. — Москва, 1996.

## ОСОБЕННОСТИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ МАЛЫХ ИСТОРИЧЕСКИХ ГОРОДОВ

*Н.И. Южакова*

*Тюменский государственный институт культуры*

На протяжении всей своей истории Россия неустанно и непрерывно создавала новые города, что в значительной степени было связано с закономерным процессом закрепления государства на новых территориях и попыткой их культурного освоения. В XXI в. Россия убедительно подтвердила свое право называться страной городов — Гардарикой, при этом преимущественно страной малых городов. В России насчитывается около 750 малых городов с численностью населения до 50 тысяч жителей. Это три четверти всех городов страны. Малый город — это своеобразный культурный феномен, по-разному раскрывающий свою суть в разные исторические эпохи. Малые города в большей степени, обладая особой пространственной архитектурой, меняющейся в процессе исторического развития, способны определить культурно значимые характеристики развития человека, ориентиры культурной практики человека. «Малый город» — это прежде всего не формальное, юридическое (с точки зрения численности населения, наличия статуса и т.д.), а культурологическое понятие (феномен), в котором воплощается определенная пространственная организованность и изменчивость бытия человека. Отдельным культурным типом может считаться исторический малый город или так называемый эритерный (от фр. *hiriter* — наследовать) город, основанный в дореволюционный период, с богатым культурным наследием, развивающийся как центр административно-культурного, промышленного и сельскохозяйственного значения. Для городов такого типа характерен достаточно высокий уровень культуропроизводящего результата, в них наблюдаются социокультурные практики по сохранению историко-культурной преемственности культурного наследия [1].

Прежде чем рассмотреть особенности социокультурной деятельности в условиях малых исторических городов, обратимся к понятию социально-культурной деятельности. *Социально-культурная деятельность* предполагает сохранение, трансляцию, освоение и развитие традиций, норм, ценностей в сфере исторической, художественной, духовно-нравственной, политической и экологической культуры, осуществление научно-методической, научно-исследовательской, производственно-практической, учебно-педагогической и экспертно-консультационной работы. Также социально-культурная деятельность может быть определена как интегративная многофункциональная сфера деятельности, одна из составляющих социальной работы. Ее целью являются организация рационального и содержательного досуга людей, удовлетворение и развитие их культурных потребностей, создание условий для самореализации каждой отдельной личности, раскрытия ее способностей, самосовершенствования и любительского творчества в рамках свободного времени [2].

Важное место в использовании свободного времени человеком играет городская среда, так как человек практически всю жизнь проводит в городе. Городская среда, включающая в себя сложные физические и экологические характеристики, интенсивное информационное воздействие и многообразие социальной структуры, оказывает существенное влияние на социокультурную ситуацию, в которой оказывается человек.



Говоря об образе жизни в малом историческом городе, нужно иметь в виду особенности быта его населения, в который входит вся та социальная среда, в которой человек осуществляет свою жизнедеятельность, когда он не занят в профессиональной (трудовой) деятельности. Принципиально бытовые условия населения в малых исторических городах на современном этапе их развития мало чем отличаются от таковых же в крупных городах, при некотором исключении условий частного сектора, где горожане имеют дополнительные траты сил и времени на обеспечение стабильной жизнедеятельности в менее коммунально-обеспеченных условиях [3]. Однако есть существенные различия в способах бытового заполнения жизненного времени жителей городов различных типов, в особенностях бытового поведения, а также распределения тех или иных занятий в свободное от производства время. Так, например, особой сферой жизнедеятельности населения малых исторических городов является ведение приусадебных хозяйств, без которого не обходится практически ни одна семья. Что же касается досуга жителей малых исторических городов, то для взрослого трудоспособного населения, на него остается немного времени. Определенную меру заполнения свободного времени дает различная в разных малых исторических городах активность местных учреждений культуры, которые в той или иной степени также предоставляют возможности для проведения досуга в клубах, Домах (Дворцах) культуры: спектакли, концерты, тематические встречи. Более или менее крупное культурное мероприятие в малом историческом городе способно одновременно привлечь внимание значительного количества горожан всех возрастов. Молодежный ежедневный досуг, не отличается ярким разнообразием сценариев. Как показал выборочный опрос молодых людей из малых городов, обычный способ заполнения свободного времени — прогулки вдоль улиц, дискотеки и в некоторой степени спортивные секции и клубы по интересам. В силу большого показателя незанятости молодежи, впрочем, как и других горожан по причине безработицы, возникают проблемы с общим криминогенным фоном [4].

Большой вес в малых исторических городах имеют общественные организации. Такие организации как «Общество ветеранов», «Общество инвалидов», молодежные организации и прочие пользуются уважением и находят ощутимую поддержку по многим инициативам со стороны городских органов самоуправления и администраций. Так, например, в г. Мензелинске (Татарстан) действует сильная общественная организация по защите ветеранов, благодаря которой они освобождены от уплаты за свет, жилищно-коммунальные услуги, телефон, им обеспечено бесплатное лечение. Весьма уважаемыми в малых городах являются различные молодежные организации, ставящие своей задачей организацию молодежного досуга и борьбу с пьянством и наркоманией. Примером этому могут служить города Кольчугино (Владимирская область), где существует Молодежный парламент, Кудымкар (Коми-Пермьский АО) — Общественная молодежная организация, Нурлат (Татарстан) — Молодежный центр и другие. Многие в общественных организациях малых городов решаются благодаря личной активности и инициативе [5].

Самодеятельность, самоорганизация является отличительной чертой культурной среды малых исторических городов. Отсутствие профессиональных коллективов восполняется кружками, народными театрами, хорами, студиями, существующие при Домах культуры. Они выполняют не только культурно-досуговую функцию, но и воспитательную. Во-первых, нередко талантливая молодежь находит в них возможность «открыть себя» и обрести первые профессиональные навыки. Во-вторых, в какой-то степени культурная самодеятельность отвлекает

от пагубного пристрастия к алкоголю. В-третьих, вокруг самодеятельных коллективов образовывается культурная микросреда, аккумулирующая и сохраняющая интеллектуальный, творческий дух собственно городской культуры [6].

Другим учреждением культуры, влияющим на состояние культурной атмосферы в малых городах, особенно, исторических, является краеведческий музей. Музей — один из интеллектуальных и духовных центров культурной среды, так как немногочисленная высокообразованная интеллигенция малых городов представлена именно научными сотрудниками музеев. Благодаря их энтузиазму еще продолжают существовать публичные лекции и другие культурно-познавательные мероприятия. Посещение школьниками городского музея способствует сохранению исторической памяти. Например, в Западной Сибири краеведческий музей есть почти в каждом малом городе. В этих городах жили на поселении декабристы, сюда ссылали поляков и литовцев после восстания в 60-х годах XIX века, народников и социал-демократов. Многие из них оставили существенный след в культурной истории городов, поэтому в экспозиции всегда представлен историко-архивный и другой материал об их жизни. Но историческую память хранят не только музеи. В старых малых городах фактически полностью сохраняется историко-архитектурная часть. Дворянские особняки, купеческие дома, здания муниципальных учреждений, учебных заведений, банков и, конечно, соборы и церкви-наглядная история города. В сложившейся исторически обывательской застройке продолжают жить старожилы. В этих «родовых гнездах» хранятся семейные архивы, бабушкины сундуки, утварь. Многие исследователи отмечают, насколько актуальна у жителей малых городов память от истории семьи, о своих предках — торгующих крестьянах, кустарях — ремесленниках, представителях купечества и земской интеллигенции [7].

Все более важную роль играют средства массовой коммуникации. Так как большинство свободного времени в зимний период в условиях малых городов занято просмотром телепередач, причем телевизионный выбор в большинстве малых городов весьма неширок: это, как правило, известные центральные (федеральные) каналы. Социокультурная ситуация характеризуется интенсивностью воздействия на человека. Они все сильнее усиливают и активизируют свое воздействие на сознание, рационально передавая новые ценности и нормы поведения и деятельности. Формируются стереотипы и спонтанные реакции, связанные с внешней стороной поведения. По каналам массовой коммуникации, извне человек получает образцы, новые знания, ценности и нормы, регулирующие его действия и поступки, диктующие стереотипы. С одной стороны, это можно считать положительным. Готовая социокультурная информация помогает людям в самоопределении, в выработке своих норм и ценностей. С другой — интенсивность воздействия лишает человека индивидуально-личностных ориентаций, все больше вытесняемых из его сознания. Усложнение социокультурных процессов в условиях малого исторического города ставит человека в ситуацию избытка культуры, в которой он должен самоопределиваться, сделать выбор. Самоопределение происходит в зависимости от имеющихся знаний, ценностей, норм и образцов, на которые личность ориентируется в своей жизни, и от их соответствия новым условиям жизнедеятельности. В некоторых малых исторических городах нашей страны, немалую долю свободного временипрепровождения занимают так называемые «дворовые посиделки», на которые могут уходить целые вечера, и где обсуждаются любые проблемы — от морального облика общей знакомой до правительственных нововведений.

Информация, полученная на этих встречах, по степени важности для ее участника может быть более значимой, чем информация из СМИ [8].

В условиях рынка социально-культурная деятельность современных малых исторических городов приобретает более вариативный характер. Быстро развиваются коммерческие, предпринимательские виды деятельности, новые типы частных учреждений социокультурного сервиса с ночными клубами, казино, развлекательными, информационными, культурно-досуговыми центрами и т.д., открылись многообразные организационно — правовые и экономические возможности развития социокультурных моделей деятельности [9].

Таким образом, изучение специфических особенностей социокультурной среды малоисторического города показывает, что их формирование происходит на основе взаимодействия и интеграции различных объективных параметров, таких как: пространственные, архитектурно-планировочные, параметры благоустроенности и развитости коммунального хозяйства, демографические показатели, культурно-рекреационные, образовательные возможности. Понимание этих форм становится возможным после анализа специфического положения малого исторического города, занимаемого им в структуре типов поселения. В результате, хотелось бы отметить, что малые исторические города — это особая группа поселений, находящаяся в особом социально-экономическом положении, и она требует специального подхода при разработке управленческих решений. В настоящее время среди множества проблем нашей жизни на одно из первых мест выдвигаются проблемы развития человека, города, страны и мира. Для устойчивого развития нашей страны приоритетной проблемой становится проблема развития и функционирования малых исторических городов — каждого города в отдельности и всех вместе. В общественных кругах бытует мнение о том, что малый город оказывает меньшее влияние на жизнь страны, чем большой город. Это не совсем так. Россия — во многом страна малых городов. Необходимо отметить, что практически все будущие большие города в процессе своего развития проходили стадию малого города [10].

В ходе проводимых в стране реформ ухудшилась социально-экономическая ситуация в малых исторических городах, при этом в гораздо большей степени, чем в средних и крупных городах. Остановимся более подробно на особенностях социокультурной деятельности в малом историческом городе, а также на особенностях управления социокультурными процессами. Структура экономики небольших городов России чаще всего не соответствует современным требованиям рыночной экономики. В то же время в условиях модернизации современной экономики и глобальных социокультурных связей в качестве важного фактора развития малого города выступает вопрос о формировании соответствующей социокультурной ситуации в современном малом городе. К сожалению, потенциал малого исторического города не используется на должном уровне, отчего в итоге страдает его социально-культурное развитие в целом. Среди самых актуальных проблем развития малых исторических городов — комплексное выявление историко-культурных ресурсов, т.е. идентификация места и разработка самой концепции охраны культурного наследия [11].

Жизнь каждого малого исторического города индивидуальна, имеет свои особенности. В этой индивидуальности заложены возможности развития тех «уникальных» элементов города, которые могут быть использованы в разработке программы его дальнейшего развития. Здесь особую значимость приобретают вопросы определения собственного пути развития в условиях рыночных отноше-

ний, при которых сложившийся потенциал этих городов в большинстве случаев не является достаточным для их дальнейшего социально-экономического роста. Вместе с тем, очень важно использовать потенциал историко-культурного наследия этих городов [12].

Таким образом, представляется необходимым акцентировать внимание на социально-культурном развитии, сохранении и использовании объектов наследия этих городов (например: развитие туризма), что может решить ряд их экономических и социальных проблем. Объекты историко-культурного наследия являются одним из основных факторов, наряду с другими, определяющих социально-культурную ситуацию в малом историческом городе, и могут служить отправной точкой в политике возрождения и развития малых городов. Процесс возрождения малых исторических городов ориентируется на выявление, восстановление и максимальное использование их исторического наследия (памятников истории и культуры, исторической застройки, характера городской среды, традиционных промышленных производств и ремесел, народных обычаев, духовности и самобытности) [13]. Предполагая опору на собственные ресурсы, этот процесс должен затрагивать все сферы жизни города: производство, быт, культуру всего города в целом и его небольших частей вплоть до отдельных зданий. Главный источник стабилизации и развития — инициатива самого населения, его осознанный коллективный интерес к упорядочению организации жизни на территории. Этот коллективный интерес может эффективно использоваться только на ограниченных территориях, где у населения сложились местные традиции, существуют исторические, экономические, культурные, информационные и другие связи.

Возрождение в малых исторических городах таких направлений деятельности, как ремесла и народные промыслы, развитие переработки продукции сельского хозяйства, повышение степени использования туристического потенциала исторических городов России — главные направления развития малых исторических городов [14]. Возможность предоставления малым историческим городам самостоятельно осуществлять принципы самоуправления, самофинансирования и саморазвития позволит выйти на качественно новый уровень жизни и обеспечить необходимый уровень жизни населения. Развитие промышленности и общей культуры городов позволит достичь повышения жизненного уровня населения, выйти из критического положения малым историческим городам и вновь приобрести статус культурного и промышленного центра района [15]. Кроме того, имеющееся историческое наследие, напоминающее о традициях и обычаях малых городов в период становления и развития Российского государства, не может быть потеряно, а наоборот, возрождение к нему интереса привлечет внимание людей из больших городов, что также повлияет на возрождение и дальнейшее развитие малых городов. Переход на принципы саморазвития: самоуправления и самофинансирования — главные составляющие системы сохранения и восстановления малых исторических городов нашей страны.

#### *Литература*

1. Об общих принципах организации местного самоуправления: федеральный закон Российской Федерации от 6 октября 2003 г. № 131 — ФЗ: по сост. на 7 мая 2013 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2008. — №40. — Ст. 3822.
2. Общие технологии социально-культурной деятельности: учебное пособие для студентов отделений очного и заочного обучения / сост. Н.И. Южакова. — Тюмень: РИЦ ТГАКИ, 2009. — 140 с.
3. Гуревич М. А., Радиловская Т. Ю. Опыт социального мониторинга в городе // Социологические исследования. 2011

4. Пашков А. А. Динамика социальной мобильности населения в муниципальном образовании (социологический анализ). — М.: Проспект, 2014. — 29 с.
5. Агапонов А. К. Регионы и муниципальное самоуправление: вопросы ответственности / / Социологические исследования. — 2013. — № 2. — С. 42–44.
6. Неретин О.П. Анализ ресурсного потенциала учреждений культуры малых городов / О.П. Неретин // Журнал правовых и экономических исследований. — 2012 г. — № 3. — С. 139–142.
7. Плевако С. М. Об эффективности местного управления в малых городах // Муниципальный мир. — 2013. — №3. — С. 18–25.
8. Ильяев С.С. К вопросу об укреплении социокультурной инфраструктуры малых городов России // Технологии социального управления. — М: Центр социальных технологий. — 2014. — № 3. — С. 62–64.
9. Покотило О.А. Маркетинг социально-культурной сферы: практикум / О.А. Покотило, О.В. Третьякова. — Тюмень: РИЦ ТГИИК, 2007. — 100 с.
10. Баширов М.А. Корпоративная культура организации как компонент системы менеджмента на предприятии / М.А. Баширов, А.А. Кайгородцев // Вестник КАСУ. — №4. — 2011. — С. 23–36.
11. Социальная политика в Тюменской области: учебно-методический комплекс / авт.-сост.: А.Я. Криницкий, А.В. Придорожный. — Тюмень: РИЦ ТГАКИСТ, 2010. — 132 с.
12. Гусева Т.А. Методика анализа и диагностики деятельности предприятия / Т.А. Гусева // Экономика предприятия. — 2012. — № 8. — С. 24–31.
13. Социокультурная сфера малых исторических городов: проблемы развития в современных условиях. Сб. науч. трудов / Под ред. Козловой И. В., Платоновой Н. А. М.: ГАС — БУ, 2013. — С. 28–35.
14. Демченко А. Некоторые проблемы современного развития культурно — досуговой деятельности и народного творчества в условиях малых городов // Культурно — досуговая деятельность и народное творчество. — М.: ГИВЦ МК. Р.Ф., 2014. — 49с.
15. Яковлева Ю.М. Финансирование российской культуры в регионах: оценка состояния и тенденций развития / Ю.М. Яковлева // Вестник Института экономики Российской академии наук. — 2012 г. — № 2. — С. 107–112.

## ЗНАЧИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ КРАЕВЕДЕНИЯ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

*Е.П. Любичкая*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В предлагаемой статье рассматривается регионоведческий аспект в качестве методологической доминанты при обучении студентов иностранному языку. Автор описывает пути формирования общей культуры личности студента в процессе изучения иностранного языка.*

**Annotation.** *The article considers cultural aspects in organization of students' work in studying foreign languages. The author describes different factors of lingua-cultural competence formation and underlines the importance of using regional studies education in the foreign language teaching.*

В современных условиях развития страны, стремящейся к самым широким контактам в мире, изучение иностранного языка с целью осознания в нем роли каждого народа и понимания общности мирового культурного процесса стано-

вится все более актуальным. Данный принцип рассматривается педагогами как один из важнейших в гуманистической методологии обучения иностранному языку, целью которого является функциональное владение изучаемым языком, что делает возможным реальное общение с иностранцем.

На практике обучаемые менее всего готовы вести разговор о своем крае, городе, так как предлагаемые учебники содержат материал, отражающий реалии нашей страны в целом, не уделяя внимания особенностям отдельных регионов. Зарубежного ровесника в России будет интересовать, прежде всего, посещаемый город, причем, не в виде общих фраз, а в форме конкретной, содержательной презентации культуры региона. И, наоборот, от российского гражданина, находящегося за рубежом, будут ожидать сведений не только о его стране, но информации об особенностях города, области, откуда он приехал. Если намечается сотрудничество, то предметом разговора, могут стать проблемы родного края, возможность участвовать в его жизни, обмениваться делегациями и т.д. Данный процесс может происходить в ходе обучения иностранным языкам. Что касается использования элементов краеведения в системе иноязычного образования, то оно представлено недостаточно полно, хотя его значимость в социокультурном контексте преподавания очень велика. Анализ современных учебных пособий показал, что до недавнего времени региональный компонент был представлен, главным образом, в темах, касающихся места проживания, проведения досуга и учебы. Большинство заданий, появляющихся в УМК, связанных с проблемами края, содержат в основном факты энциклопедического характера.

Методически целесообразно производить отбор материала по принципу комплексности целей регионоведческого образования, что предполагает воспитание культуры, развитие способностей целенаправленного практико-ориентированного межкультурного сотрудничества. «Закон об образовании» в редакции 2006 года также подразумевает сочетание воспитания с обучением (при ведущей роли первого). Воспитательный процесс при данном подходе касается различных сфер культуры: художественной, экологической, производственной, потребительской, бытовой и коммуникативной, входящих в своем большинстве в состав социальной культуры. Особое значение следует отводить геополитическому, патриотическому и гражданскому воспитанию. Знания о родном крае помогают воспитывать в обучаемых такие личностные качества как чувство собственного достоинства, уважение к своей и иной культуре, толерантность, взаимопонимание и готовность к самореализации, сотрудничеству, культурному обогащению, информационному обмену. Но наиболее важным является воспитание ценностной ориентации в условиях современного диалога культур, международного экономического сотрудничества и межкультурного обмена. Данная постановка вопроса связана с возможностями взаимовлияния культур, их относительной автономности и открытости, универсальности, самоидентификации и дифференциации в рамках определенного культурного пространства.

В последнее время бурно развиваются процессы национального самосознания народа и возникают вопросы: «На каких истоках, обычаях и традициях воспитывать детей? Как сохранить национальную индивидуальность, язык и культуру?». Таким образом, идет целенаправленное использование регионального аспекта на занятиях по иностранному языку, что стимулирует интеллектуальную и эмоциональную сферы личности обучаемых.

Опора на сведения краеведческого характера содействует реализации такого основополагающего методологического принципа, как ситуативность. Краеведческий материал приближает иноязычную коммуникацию к личному опыту обу-

чаемых, позволяет им оперировать в учебной беседе фактами и сведениями из повседневной жизни, в родной для них культуре.

Когда студенты сравнивают, размышляют на иностранном языке, предлагая свои решения актуальных социальных проблем, они могут выбирать то, что соответствовало бы цели их профессиональной деятельности. Это означает, что в пособиях материал должен быть дан с учетом принципа избыточности. Кроме того, необходимо, чтобы сведения о регионе были предложены в нескольких формах: энциклопедически кратко, наглядно — образно, живым разговорным языком с выражением собственного мнения, письменно, в виде страницы в Интернет или туристического буклета.

Большой интерес вызывает урок — защита собственных гипотез освоения Сибири, создание видеофильмов о памятных местах родного города и края.

Одна из форм введения регионального компонента — лекционно-реферативная. Это — мини-экскурсия с записью на видео, ролевая игра.

Другая форма — предметно-ситуативная, когда речевые ситуации базируются на особенностях регионального содержания. Например, посещение конкретной местности зарубежными гражданами.

В выборе предметов речи для курса краеведения можно опираться на данные, где определяется функция общения, в рамках которой ведется разговор. Предмет речи — «Достопримечательности родного города» — может обсуждаться в русле познавательной, ценностно-ориентированной (выражение отношения), регулятивной (предложение услуг) и этикетной (ритуализированный диалог) функций общения. Позитивную роль играет приобщение студентов к проектной методике, что находит все более широкое распространение в учебном процессе.

К сбору сведений в ходе работы над определенным проектом могут привлекаться компетентные специалисты в области истории региона, работники музея или архива. Впечатления излагаются письменно в форме сочинений или обсуждаются устно. Собранный материал можно использовать для оформления стенной газеты, коллажа, альбома, устного журнала видеофильма.

Итак, многообразие форм и избыточность содержания учебных пособий призваны послужить основой для максимально эффективного сотрудничества на международном уровне.

Поэтому в содержание образования необходимо включать элементы краеведения на каждом этапе обучения.

Учитывая данные тенденции, на кафедре иностранных языков Тюменского института культуры активно используют региональный компонент через учебные дисциплины. К процессу активно подключаются студенты СПО, направления «Туризм», участвуя в конференциях с докладами, создавая проектно-творческие работы в виде экскурсий по интересным местам Тюмени, связанным с деятельностью известных людей. На занятиях по иностранному языку успешно применяются задания и дидактические материалы с мультимедийным сопровождением по презентации нашего региона и города Тюмени, где реализованы основные из перечисленных ранее методических принципов. Подобная направленность наилучшим образом соответствует содержанию учебного процесса, максимально приближая его к реальным условиям. Это способствует наилучшему восприятию и запоминанию материала, повышает мотивацию, обеспечивает моментальную обратную связь, стимулирует познавательную активность студентов. Работа над комплексом упражнений продолжается. Тем более, что определенный процент обучаемых составляют молодые люди из разных городов и областей, а хороший результат, несомненно, вызывает интерес к изучению иностранного языка.

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

*А.С. Чернов*

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского*

**Аннотация.** *В данной статье рассматриваются современные подходы к инновационной деятельности в сфере культуры через призму менеджмента, анализируются благоприятные для внедрения и реализации инноваций в культуре условия и направления социально-культурной деятельности.*

**Annotation.** *In this article modern approaches to innovative activity in the culture sphere through a management prism are considered, analyzed favorable for introduction and realization of innovations in culture of a condition and the direction of social-culture activity.*

Современный менеджмент в сфере культуры уже нечто большее, чем просто управление некой сложившейся системой, организационной структурой. Инновационный менеджмент — не исключение. Его суть в переосмыслении имеющегося опыта, внедрении совершенно новых, нестандартных технологий в целях повышения эффективности и результативности деятельности.

На сегодня, можно с уверенностью сказать, что инновация — важный и определяющий многое метод управления учреждениями культуры и представляется частью успешной деятельности и развития самого учреждения. Менеджера культуры нельзя считать на сто процентов профессионалом, если в его работе не прослеживаются элементы инновационного мышления, нет таланта к оценке имеющихся идей и имеющихся в будущем перспектив.

Инновация — тенденция идти вперед, вектор дальнейшего развития. На сегодняшний день, в новых условиях жизнедеятельности организации, львиная доля внимания должна уделяться разработке и внедрению инноваций. Справедливо это и к организациям социокультурной сферы предлагающим людям особый товар — культурные услуги.

Проблема в том, что современные учреждения культуры — дворцы искусств, культурно-досуговые центры, организации музейной направленности и т.п. находятся в очень непростых условиях: недостаток государственного заказа, малая развитость и отсутствие культуры партнерских отношений, отсутствие достаточного финансирования социально-культурных инициатив.

Специфические духовные потребности людей: — удовлетворяются в социокультурной сфере только при наличии соответствующих условий: организационных, экономических, педагогических, психологических и т.д. К созданию таких условий и призваны учреждения социокультурной сферы и действенным инструментом в этом должны стать — инновации.

По многим моментам можно судить, что в обществе инновации еще не признаны в полной мере. В сфере культуры же вообще пока проявляются лишь зачатки инновационного движения, делаются лишь первые шаги в перспективном и важном направлении.

В число благоприятных и плодотворных, для взращивания инновационного семени, сфер культуры входят: адаптация сферы культуры к рыночным отношениям; формирование толерантности и этнокультурная деятельность; создание единого социокультурного пространства; образование, подготовка и переподготовка кадров в сфере культуры; обеспечение технического сопровождения и технологического развития.



Одной из принципиальных особенностей сферы культуры считают то, что сами результаты этой деятельности выражаются в продолжительном, местами отложенном социальном эффекте и проявляются в новом уровне интеллектуального развития, изменениях ценностных ориентаций и социальных установок и т.д. — что, в конечном счете, влияет на преобразование общества в целом.

Несомненно, такого рода явления измерить статистически представляется весьма затруднительным, а подчас и невозможным.

Интерактивные технологии — по нашему мнению, — особый инновационный инструмент. Его активное использование для управления организациями социально-культурной направленности — весьма плодотворное и продуктивное направление современного социокультурного менеджмента в сфере культуры.

Успехи зарубежных специалистов подтверждают необходимость развития этих технологий и использование имеющегося в этой деятельности опыта. Основаниями для этого являются: характер самих технологий (универсальность и инновационность); их интеграционная функциональность, что свойственно и самой сфере культуры; использование интерактивных технологий для создания продуктов социокультурного содержания, необходимых обществу, посредством совершенствования системы управления учреждениями сферы культуры (повышения качества и эффективности).

Без всякого сомнения — современный управленец в сфере культуры должен разбираться в нюансах и принципах, обладать навыками создания, поддержания и развития инновационной системы и инновационной деятельности в социокультурных учреждениях.

## СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭСТЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

*Д.И. Румбина*

*Сургутский государственный педагогический университет*

**Аннотация.** *В статье рассматривается вопрос о социокультурных особенностях эстетических предпочтений студенческой молодежи. В этой связи изучается проблема ценностных установок и ориентиров студенческой молодежи, которые приобретают актуальность в современных условиях. Автор исследует ценностные предпочтения молодежи и затрагивает существенные взаимосвязи процесса развития личности и социокультурного пространства современной России.*

**Annotation.** *The article examines the socio-cultural features of the aesthetic preferences of students. In this context, we study the problem of values and guiding students to become relevant in the modern world. The author examines the value preferences of young people and the relationship affects the essential process of personal development and socio-cultural space of modern Russia.*

В структуре потребностей студенческой молодежи в культурно-досуговой сфере происходят значительные изменения. Прежде всего, они становятся более динамичными, активно и последовательно реагируют на интеллектуализацию общественных отношений, на изменения в быте и общекультурном уровне жизни. Объективно отличительной чертой потребностей студенческой молодежи в культурно-досуговой сфере является ориентация на творческие виды деятельности в процес-

се труда и досуга, приоритет познавательного интереса, высоких нравственных качеств личности. Однако это не исключает негативных тенденций, противоречащих задачам культурного развития молодежи и содержанию ее культуры.

Эстетические предпочтения студенческой молодежи следует рассматривать в системе, то есть диалектической взаимосвязи двух форм их проявления, выражающихся в производстве культуры и потреблении созданных культурных ценностей.

Эстетические предпочтения студенческой молодежи имеют следующий вид: предпочтения в самоутверждении и самосознании социальной общности; познавательные предпочтения, состоящие в производстве, хранении и использовании знания и опыта; этические предпочтения — это потребность в справедливом общественно-политическом устройстве; эстетические предпочтения — это потребность в гармонизации быта и общественной жизни в соответствии с национальными эстетическими вкусами и идеалами.

Необходимо, чтобы эстетические предпочтения студенческой молодежи обрели четкую предметную направленность. Такая конкретизированная потребность выступает в форме интереса. Возникновение интереса означает, что среди многочисленных объектов личность определила и выбрала конкретный объект удовлетворения своих эстетических предпочтений.

Динамика культурно-нравственной позиции молодежи определяется рядом факторов, важнейшими из которых, по нашему мнению, являются следующие: влияние на социальную позицию молодежи изменений, происходящих в российском обществе; процессы глобализации, происходящие в мире, в том числе и в культуре; трансформация культурных потребностей молодежи, а также способов удовлетворения этих потребностей под влиянием процессов информатизации и современных инфокоммуникационных технологий.

Именно духовные идеалы, мировоззрение, ценностные установки выступают тем базовым методологическим инструментом, который определяет нравственные основы преобразования российского общества и помогает молодому человеку сделать верный выбор жизненной позиции. Поэтому необходимо изучение жизненных ценностей и культурно-нравственных ориентиров молодых россиян.

Проблема определения смысложизненных ориентиров приобретает особую актуальность в современных условиях, когда в обществе ведется поиск стратегической идеологии развития [2, с. 9].

Изучение ценностных предпочтений молодежи затрагивает сущностные взаимосвязи процесса развития личности и социокультурного пространства современной России.

Вопросы становления личности, формирования и воспитания интересов, ценностных предпочтений студенческой молодежи сегодня оказались в центре проблем развития общества в целом. Отсутствие их системного анализа, существование в отрыве от учебного процесса явилось основой снижения общекультурного уровня выпускников, причиной возникновения проблем в ходе социализации [2, с. 11].

Сегодня просматриваются тенденции к потере чувства позитивной перспективы, цели развития становятся формальными, «бездушными». В обобщенном виде суть ситуации можно представить как парадоксальное сочетание невиданного ранее научно-технического прогресса и утраты духовных ценностей, требующее научного осмысления, что позволит диагностировать возможные социальные риски и опасности, а так же рассмотреть прагматические пути их минимизации. Противоречия между новыми требованиями к личности и уровнем и характером ее наличных знаний, навыков, качеств и способностей, так же затрудняет социальную адаптацию человека и, особенно, молодежи [6, с. 19].

Негативные и позитивные тенденции современной России, такие как неудовлетворенность, уровнем образования и профессиональной подготовки; усиление асоциального поведения в молодежной среде на фоне толерантности; потеря мировоззренческих ориентиров и поиск их компенсации; отчуждение молодежи от ценностных предпочтений старшего поколения и недоверие к идеологии в целом, бросают вызов существующим концептуальным представлениям о формировании ценностных предпочтений в молодежной среде, технологиям управления в области молодежной политики [7, с. 3].

Одной из самых стабильных социальных подсистем являются культурные ценности. При этом культуру как социальный феномен чаще всего трактуют через субъективные факторы, такие как предпочтения, она становится механизмом выявления смысла мира в общности людей, его ценностной значимости в их практике, идеалах, разделяемых сообществ. Люди постоянно соизмеряют свои действия со своими целями, общепризнанными нормами. Далеко не всегда ценности находят прямое отражение в социальной практике, где они могут иметь и умозрительные идеалы. Ориентации могут не подкрепляться реальными поступками и не получать воплощения в жизненном стиле [7, с. 6–7].

Ценность — это не только «осознанное», но и жизненно, экзистенциально прочувствованное бытие. Она характеризует человеческое измерение общественного сознания, поскольку пропущена через личность, через ее внутренний мир. Процесс смены ценностей, как правило, длителен, они могут возрождаться, обретать новое звучание [2, с. 13].

Под ценностными ориентациями принято определять комплекс духовных детерминант деятельности людей, а также соответствующих им социально-психологических образований. В качестве детерминант могут выступать представления, знания, интересы, мотивы, потребности, идеалы, а также установки, стереотипы, переживания людей. Понятие ценностных ориентаций номинально характеризует особенности социальной группы, а не отдельного индивида.

Для анализа общества используют понятия «ценности культуры», «духовные ценности культуры», «жизненные ценности». В этих случаях имеют в виду некие стратегические детерминанты поведения больших групп людей, укорененных в течение длительных периодов времени в определенной социокультурной среде [5].

Таким образом, в ходе анализа выявлены типичные подходы к определению ценности: во-первых, ценность отождествляется с новой идеей, выступающей в качестве индивидуального или социального ориентира; во-вторых, ценность воспринимается как распространенный субъективный образ или представление, имеющее человеческое измерение; в-третьих, ценность синонимизируется с культурно-историческими стандартами; и, наконец, ассоциируется с типом «достойного» поведения, с конкретным жизненным стилем.

Ценностный подход к изучению молодого поколения как органического субъекта развития общества способствует более глубокому осмыслению молодежных проблем, дифференцированному подходу к молодежи как внутренне неоднородной и вместе с тем специфически особой общественной группе.

Специфика молодежи заключается, прежде всего, в том, что она в социальном и возрастном положении находится в переходном состоянии. Существующая свобода выбора способствует формированию самостоятельного социального характера и обеспечивает большее разнообразие индивидуальных вариаций. Но обратная сторона этого — усложнение процесса самоопределения. К социально-экономическим различиям добавляются национальные, этнокультурные и др. особенности [2, с. 15].

В качестве показателей характеристики социокультурного пространства выделены социальная защищенность, ценностные ориентации, качество образо-

вания и профессиональное самоопределение, политическая культура, досуг и быт, девиации.

Новые приоритеты в системе ценностей, интересов и социальных норм у студентов найдут в дальнейшем отражение в их сознании, а затем и в поведении, активности и, в конечном счете, в социальном самочувствии. Активная жизненная позиция студенческой молодежи чаще всего выражается в росте трудовой, общественно-политической, познавательной и других видах активности, в социальной мобильности, в формировании не анархичного рыночного сознания, а цивилизованного, продуктивно осмысленного менталитета. И этот процесс должен быть регулируемым и управляемым. В этом огромную роль должны сыграть как объективно существующие условия жизнедеятельности, так и последовательная система воспитания и пропаганды новых прогрессивных ценностей [2, с. 17–18].

Следует отметить, что особое внимание необходимо уделять процессам усвоения студенческой молодежью культурных ценностей общества, поскольку именно на молодежи, в том числе и студенческой сегодня лежит историческая ответственность за сохранение и развитие национальных культурных традиций и ценностей в условиях социальных трансформаций общества, за цивилизованную культурную интеграцию России в мировое сообщество.

Фундаментом всей ценностной системы, связанным многообразными сферами повседневной жизни студенчества, являются общезначимые ценности (первичные и вторичные). К первичным относятся нравственные и гражданские ценности, к вторичным — политико-правовые, социально-экономические и экологические. Непреходящую значимость в становлении личности современного студента имеют ценностные ориентации и ценности в сфере семьи и брака. Именно базовые ценности (семьи и брака, отношения к труду, нравственные принципы и т.д.) могут и должны стать для студенческой молодежи, специфической социально-демографической группы современного общества, важнейшими факторами, влияющими на формирование и трансформацию сознания и поведения, что актуализирует тип активного молодого человека, привносящего инновационный подход к решению задач во всех сферах общественной жизни, в том числе и прежде всего в сфере производства. В этом плане становится очевидным, что с возникновением рыночного механизма спроса и предложений рабочей силы необходим новый способ взаимодействия института образования и формирующегося рынка труда [6, с. 26].

Система эстетических предпочтений студенческой молодежи довольно многообразна и соответствует многофункциональному содержанию духовной культуры. Вся суть в том, в какой мере проявляются предпочтения, как они отражают интересы и ценности личности. Реализации этих предпочтений проявляется существенная сторона всего процесса культурного развития.

#### *Библиографический список*

1. Ариарский, М.А. Прикладная культурология как область научного знания и социальной практики [Текст] / М.А. Ариарский. — СПб. : СПбГУКИ, 2009.
2. Арнольдов, А.И. Культура и горизонты XXI века [Текст] / А.И. Арнольдов // Вестник МГУКИ. — 2007. — № 1. — С. 9–18.
3. Асп, Э.К. Введение в социологию [Текст] / Э.К. Асп. — СПб. : Алетей, 2010.
4. Здравомыслов, А.Г. Потребности. Интересы. Ценности [Текст] / А.Г. Здравомыслов. — М. : Политиздат, 2010.
5. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Электронный ресурс] / М. Кастельс. — URL : <http://Soc.fatal.ru/all.php>.
6. Киселева, Т.Г. Глобализация общества и современная культурная политика [Текст] / Т.Г. Киселева // Вестник МГУКИ. — 2008. — № 1. — С. 19–26.
7. Кравченко, И.И. Политические и другие социальные ценности [Текст] / И.И. Кравченко // Вопросы философии. — 2009. — № 2. — С. 3, 6–7.



## Раздел II

# КУЛЬТУРНЫЕ КОНТЕНТЫ ДОСУГА

## РОЛЬ КУЛЬТУРЫ ДОСУГА В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ

*Е.В. Кичук*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В статье представлена проблема формирования культуры досуга молодежи и его влияние на личность. Рассмотрены понятия «досуга» и «свободного времени», выделены их особенности. На примере Тюменского фестиваля показана основная проблема организации современного досуга.*

**Annotation.** *The article presents the problem of building a culture of leisure of youth and its impact on the individual. We consider the concept of «leisure» and «free time», highlighting their features. For example, the Tyumen festival shows the basic problem of the organization of modern leisure.*

*«Для умения пользоваться досугом в жизни нужно кое-чему учиться, кое в чем воспитываться, и как это воспитание, так и это обучение заключают цель в самих себе...»*

**Аристотель**

Культура во все времена остается неизменным фактором общественного развития, одним из эффективных способов формирования и становления личности. Для рассмотрения роли досуга в воспитании культуры молодежи необходимо обозначить молодежь как социально-демографическую группу и дать ей определение. Итак, «молодежь — это особая социально-возрастная группа, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе: переход от детства и юности к социальной ответственности». Некоторыми учеными понимается как совокупность молодых людей, которым предоставляется возможность социального становления, обеспечение их льготами, но ограничивая в возможности активного участия в определенных сферах жизни общества. Возрастные рамки, позволяющие относить людей к молодежи, граничат с 14–16 лет до 25–30 лет. Молодые люди отличаются от других групп населения высоким уровнем мобильности, активности и эмоциональности. Возраст молодежи является самым сложным и ответственным, так как в это время формируются основные нравственные устои человека, стабилизируются черты характера и основные формы межличностных взаимодействий. Отличительные особенности этого возраста — это стремление к самопознанию, самосовершенствованию, утверждения себя в обществе.

Формирование культуры досуга молодежи является актуальной проблемой современного общества, так как использование свободного времени молодыми людьми выступает своеобразным показателем уровня культуры, духовных интересов и потребностей общества. Досуг — широкая сфера культурной жизни, где происходит реализация культурного, творческого и духовного потенциала молодежи.

Так как понятие «досуг» представляется основным в характеристике досуговой жизнедеятельности молодежи, то необходимо остановиться на рассмотрении его особенностей. В словаре Ожегова «досуг» определяется в широком смысле — это «свободное от работы время» [4, с. 415]. В более узком значении «досуг» — «совокупность видов деятельности, ориентированных на удовлетворение физических, духовных и социальных потребностей людей в свободное время и связанных преимущественно с отдыхом и развлечениями: чтением, играми, танцами,

посещением учреждений культуры и массовых зрелищ, любительскими занятиями, занятиями физкультурой и спортом» [5]. Отсюда следует, что понятие досуга совпадают с понятием свободного от работы и других непреложных жизненных затрат времени. Это время, предназначенное для развития умственных и физических способностей и для удовлетворения социальных потребностей. Сущность свободного времени заключается в следующем:

- Направлено на удовлетворение различных потребностей человека.
- Открывает возможности для гармоничного и всестороннего развития личности.
- Повышает образовательный и культурный уровень, в результате чего человек становится заинтересованным в процессе создания материальных и духовных ценностей.
- Благоприятно взаимодействует с рабочим временем и активно влияет на него.

Однако, понятия «досуг» и «свободное время» не тождественны, но взаимозаменяемы. Когда говорят о свободном времени, акцентируется потенциальная возможность вариативно использовать его на что угодно. Являясь частью свободного времени, досуг привлекает молодежь доступным и добровольным выбором его различных форм, демократичностью, эмоциональной окрашенностью, возможностью сочетать разнообразные виды деятельности: умственную и физическую, творческую, созерцательную, производственную и игровую. Для большей части молодых людей социальные институты досуга являются основными сферами социально-культурного становления личности и ее самореализации. Именно в сфере досуга молодежь проигрывает на модельном уровне все возможные варианты своего будущего поведения, в том числе вносимые бурно меняющейся реальностью инновационные моменты, для которых еще не существует одобренных обществом форм поведения.

Другая особенность молодежного досуга — своеобразная среда его протекания. Значительная часть молодежи стремится провести его вне дома, в компании сверстников. Это объясняется тем, что для молодых людей этого возраста важной составляющей отдыха является его эмоциональная составляющая. *А эмоциональная общность внутри поколения в среднем выше, чем такая общность в межпоколенных группах.*

На сегодняшний день организации проведения досуга в учреждениях культуры противостоит другая составляющая — средства массовой коммуникации. В современном мире для молодых людей СМИ стали альтернативным способом проведения свободного времени. На данный момент все учреждения культуры призваны выполнять развивающие и воспитывающие функции. Адекватная организация сфер досуга и образования дает возможность не только влиять на становление культуры профессионалов-специалистов посредством более полного включения досуговых практик, но и создавать условия оптимального раскрытия личностного потенциала, что, безусловно, способствует становлению субъектной составляющей современной личности [3].

Среди основных особенностей можно выделить: преимущественно развлекательно-рекреативная направленность досуга (любимое занятие старшеклассников — «ничегонеделание»), «вестернизацию» (американизацию культурных потребностей и интересов), приоритет потребительских ориентаций над креативными, слабую индивидуализированность и избирательность культуры, внеинституциональную культурную самореализацию (вне учреждений культуры), отсутствие этнокультурной самоидентификации (вне национальной культуры, традиций, обычаев, фольклора) [2, с. 29].

На сегодняшний день социокультурная ситуация отличается целым рядом негативных факторов: это и утрата духовно-нравственных ориентиров, недостаточный интерес детей, молодежи, взрослых к культуре и искусству, и сокращение финансового обеспечения деятельности учреждений культуры. Также проблема упадка культуры досуга носит устойчивый и постоянный характер, это зависит не только от молодых людей, но и от руководителей культуры, которые допускают распространение уровня культуры ниже среднего. От умения руководителей обеспечить увлекательный, развивающий и интересный досуг зависит увлеченность им молодых людей. Вместе с этим, культура проведения досуга является и результатом постижения ее молодыми людьми, их желания развиваться, учиться и совершенствоваться.

Изучение молодежного досуга показало, что наиболее востребованными формами досуга для молодых людей являются музыка, спорт, компьютерные игры, развлекательные шоу по телевидению. Но не всегда культурно-досуговые центры строят свою работу, исходя из интересов и потребностей молодежи (так же сюда можно отнести достаточно высокую стоимость некоторых видов досуговых мероприятий, например, театров).

В качестве примера можно привести фестиваль документального кино «Кинза», который проходит в Тюмени, на базе Института культуры. На фестивале показывают замечательные фильмы, наполненные нравственными и духовными смыслами, способные развивать и воспитывать молодое поколение. Но, к сожалению, молодежь не желает посещать подобные мероприятия, основной контингент — преподаватели и люди среднего возраста. Да, скорее всего, это кино не для «каждого», но, я считаю, что необходимо найти средства внедрения подобного рода фильмов среди школьников и студентов, так как воспитывая высококультурное и духовно-нравственное поколение, мы повышаем и развиваем уровень культуры в стране, в целом.

Надо не только знать сегодняшние культурные запросы молодых, предвидеть их изменение, но и уметь быстро реагировать на них, суметь предложить новые формы и виды досуговых занятий.

#### *Литература*

1. Акимова, Л.А. Социология досуга : учеб. пособие / Л.А. Акимова — Москва : МГУКИ, 2003. — 123 с.
2. Безрукова, О.Н. Социология молодежи / О. Н. Безрукова. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2004 — 35 с.
3. Доманов, А.С. Культура досуга как фактор развития личности в культурно-образовательном пространстве вуза [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://alexandria-eparhia.org.ua/sites/default/files/books/domanov-avto.pdf>. — (дата обращения : 05.11.2015).
4. Ожегов, С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов — Москва : Русский язык, 1977 — 846 с.
5. Социологический словарь ИАЦ «СОЦИУМ» [Электронный ресурс] / информационно-аналитический центр Socium — Режим доступа : <http://www.socium.info/dict.html>. — (дата обращения : 05.11.2015).



## СОЦИАЛИЗИРУЮЩИЕ МЕХАНИЗМЫ ТАНЦЕВАЛЬНОГО ИСКУССТВА

*В.В. Попов, М.В. Попова-Родригеш*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В статье с позиций философии культуры, социологии, психологии определяются механизмы социализации человека посредством приобщения его к миру искусства в целом и танцевальному искусству, в частности.*

**Ключевые слова:** *социализация, социализирующие механизмы, искусство, танцевальное искусство, социально-культурная деятельность, художественный образ.*

**Annotation.** *In this article from the standpoint of the philosophy of culture, sociology, psychologies defined mechanisms of human socialization through his initiation to the world of the arts in general and dance in particular.*

**Keywords:** *socialization, socializing mechanisms, art, dance art, social and cultural activities, artistic image.*

Проблемы адаптации танцевального искусства ко всем сферам общественной жизни, реальных и потенциальных возможностях танца разрабатывается многими исследователями в области истории, философии, социологии, психологии, медицины, эстетики, искусствознания... Известно, что отражение — всеобщее свойство вещей. Объективно существующий мир отражается как в мыслях, так и в чувствах, эмоциях. Эмоциональная и рациональная деятельности человеческой психики различны. Эмоции и чувства выполняют функцию оценочную, а не познавательную, фиксируют отношение человека к реальности.

Культура по природе своей является общественной ценностью; формирует их палитру, опираясь на механизмы и возможности социализации человека. Изучение процессов социализации сложилось сегодня в достаточно стройную теорию, учение. Особенности социализации детей начал изучать еще Зигмунд Фрейд, австрийский психоаналитик, основатель теории психоанализа. В качестве главных механизмов социализации ребенка он выделил подтверждение, исключение, запрещение, замещение, имитацию, идентификацию.

Социализацию в самом широком смысле следует понимать как процесс приобщения к культуре, обретение человеком собственной социальной природы, способности участвовать в социально-культурной жизни. При этом предметом изучения становится не только традиционный подход (вертикальный срез), но и определенные временные рамки (горизонтальный срез).

Социализация может протекать вне институциональных форм — в ходе общения, коммуникации, межличностного взаимодействия. В процессе взаимоотношений формируется самостоятельная, способная к сотрудничеству личность (Дж. Болдуин, Дж. Г. Мид, Ч. Кули). В данном случае речь идет о микросреде, ближайшем окружении человека. Однако в культурном пространстве социализации личности активно действуют и официальные социальные институты, составляющие макросреду. Не случайно во второй половине XX возникли такие виды социализации как правовая, политическая, демографическая, этническая, экологическая...

Социализирующими механизмами в культурном пространстве выступают:

□ Воспитательная деятельность — процесс и результат целенаправленного, системного формирования личности в соответствии с действующими в обществе

нормативными моделями. Воспитание может рассматриваться как последовательное прохождение этапов социализации во взаимодействии индивида с окружающей его макро- и микросредой, включение человека в систему общественных отношений в разные периоды жизни.

□ Образовательная деятельность — присвоение, систематизация знаний, умений и навыков, приобретаемых индивидом в социокультурной сфере самостоятельно, избирательно, в соответствии с собственными познавательными интересами и запросами. Освоение этого важного показателя социального статуса индивида осуществляется через своеобразный тренинг — специальный творческий тренировочный режим, тренировки, процессов получения художественных навыков и умений.

□ Коммуникативная деятельность — в узком смысле — передача информации от официальных источников, социальных институтов, государственных организаций человеку с помощью специальных носителей и сигналов. В широком смысле — общение между субъектами, обмен информацией, суждениями, мнениями путем непосредственных двусторонних или многосторонних контактов.

□ Художественно-творческая деятельность — область духовной деятельности, основу которой составляет художественное творчество человека, сложившиеся отношения, регулирующие жизнь искусства. На наш взгляд, социокультурный потенциал личности необходимо рассматривать во взаимосвязи с его функциями, структурой, свойствами, механизмами, технологиями, средствами, ресурсами. В этом смысле фактически все более или менее крупные социальные явления имеют признаки потенциально возможных реалий. Они могут быть зафиксированы как происходящие, либо искусственно созданные экспериментальным путем, либо гипотетически выявленные научно-прогностическими исследованиями.

В самом общем виде культурный потенциал социума мы представляем как объективные и субъективные возможности реализации духовно-нравственного, художественно-эстетического, творческого и рекреативного потенциала личности, социальной группы, общества в условиях определенных временных рамок. Он может быть реализован лишь в рамках соответствующих видов деятельности социального субъекта и объекта [1].

Художественный образ (в том числе танцевальный) является средством отражения эстетических качеств, чего некоторые исследователи не видят и не учитывают. Ф.А. Селиванов указал на ошибочность отождествления науки и искусства: «От искусства не ждут знаний, ждут красоты» [2]. Наука и искусство никогда не смогут вытеснить друг друга, а тем более заменить. Это две различные, но равноправные формы отражения действительности.

Танец не оперирует понятиями, однако без слов способен с поразительной глубиной и многообразием выражать мир мыслей и чувств человека, вызванных явлениями и предметами окружающей действительности. Танцевальное искусство способно отобразить мир в художественных произведениях. Хотя связи танца с действительностью не всегда наглядны, они не укладываются в рамки взглядов, сводящих смысл искусства к внешнему подражанию жизни. Танцевальный образ говорит зрителю несравненно больше, чем само по себе соответственно явление действительности. Мир танцевальной образности диктует свои законы отображения действительности, основанные не на буквальном соответствии жизненного и художественного материала, а на поэтическом, метафорическом, эстетически осмысленном отражении жизни.

Танцевальное искусство обладает широкими возможностями социализации личности в процессе занятий различными видами обучения и воспитания, инноваций и творчества, общения и рекреации. Чем гармоничнее они увязаны в материале и разнообразной деятельности, тем эффективнее будет результат работы.

Движения и жест были доступной формой общения в самых разных эпохах. Оттачиваясь, выразительные движения создавали предпосылки рождения танца. Так, в первобытном обществе трудовые процессы, имитация их в обряде сыграли большую роль в зарождении искусства танца. Истоками его стали, кроме того, пляска, стихийно выражающая в движении кульминацию эмоционального состояния человека, а также ритуальные торжества, обряды, пластическая сторона которых имела определенную регламентацию и семантику.

Соотнесение движения с ритмом стало важным этапом в становлении танца. Отбор движений, оттачивание их пластической формы, организация в эстетически и этнически обусловленную общность способствовали развитию танца. Он формировался путем отбора из множества реальных жизненных движений, обобщения и организации их по законам ритма, симметрии, орнаментального узора, декоративного целого.

Танец — одно из древнейших проявлений народного творчества. У каждого народа сложились свои танцевальные традиции, пластическая выразительность, приемы соотношения движения с музыкой. На этой основе складывался балетный танец, а позднее стал формироваться профессиональный сценический танец. В профессиональном театральном искусстве (балете) танец достиг высокой степени развития, сформировалась система классического танца.

Накопление выразительных средств танца шло по двум направлениям. С одной стороны, по пути развития жеста — пластического движения тела, отбора оптимально ловких, целесообразных, более ярких и поэтому зрительно приятных движений. С другой — по размещению этого движения (шага, па, элемента танца) в пространстве, на площадке (земле, полу, сцене). Первое устанавливает лексику танца, второе — рисунки, что вместе составляет танцевальную композицию.

Одна из особенностей танца — его подчиненность временным и пространственным законам — одновременно и результат его синтетической природы. В танце важна роль как пространственных структур, подобно архитектуре и скульптуре, так и временных законов, подобно музыке. В танце действие развивается и в пространстве, и во времени, как равном едином измерении. В мире ничего не существует вне времени и вне пространства. Танец — это пространственно-временной феномен.

С позиций социального наполнения танцевальное искусство можно определить (в авторском прочтении) как сценическое проявление народного и профессионального творчества, основанного на национальных традициях, законах эстетического восприятия музыкальных движений человека.

#### *Литература*

1. Попов, В.В. Культурно-досуговая деятельность в контексте научного исследования : монография [Текст] / В.В. Попов, Ф.Х. Попова. — Тюмень: Изд-во ТГУ, 2004. — 176 с.
2. Селиванов, Ф.А. Диалектика и ее альтернативы [Текст] / Ф.А. Селиванов. — Тюмень : РИЦ ТГИИК, 1991. — 61 с.

## ВСЕМИРНЫЕ ВЫСТАВКИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX ВЕКА КАК СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ДИАЛОГА КУЛЬТУР

*Л.В. Шацких*

*Тюменская государственная академия культуры*

Всемирные выставки, которые начали устраиваться с середины XIX века, оказали серьезное влияние на индустриальное развитие и культурно-технологический обмен, характерный для современной западной цивилизации. На этих выставках демонстрировались, часто в очень зрелищной форме, новая продукция промышленности, декоративного искусства, отражавшая новые эстетические вкусы.

Первая Всемирная выставка, которая прошла под девизом: «Пусть все народы работают совместно над великим делом — совершенствованием человечества» была проведена в Великобритании, которая «раньше других осознала плодотворность и перспективы подобных глобальных мероприятий» [7, с. 3]. Специально для выставки в центре Лондона был выстроен выставочный павильон, получивший название Кристалл-палас (Хрустальный дворец). Грандиозное здание из стекла и стали, способное одновременно вместить более 80 тыс. человек, длиной 563 м, шириной 124 м и высотой около 20 м было построено за 3,5 месяца — невиданно короткий срок — и размещено в Лондоне, в Гайд-парке [1, с. 230]. Проект его разработал Джозеф Пакстон без использования камня, кирпича, дерева и только из железа и стекла. Новые возможности металлических конструкций точно соответствовали прагматическим нуждам времени, его новому размаху и совершенно непривычной социальной ориентированности.

В течение пяти с половиной месяцев выставку посетило около 6 млн. человек, прибыль от нее составила около 186 тыс. фунтов стерлингов [10, с. 89].

В дальнейшем Всемирные выставки торговли, промышленности и искусств стали приобретать все большую популярность и престиж, расширился регион их проведения, увеличилось число стран-участниц.

Со временем выставочный процесс переходит на качественно иной уровень, а именно, рекламная, информационно-аналитическая функции дополнились научно-просветительской: известные ученые читали научно-популярные лекции по различным отраслям знания, демонстрировались физические и химические опыты. Кроме того, на выставках появились художественные отделы, зрители могли посмотреть театральные постановки, послушать концерты классической музыки,

Последняя выставка XIX века проходила в Париже с 15 апреля по 12 ноября 1900 года. Она вызвала к себе огромный интерес во многих странах, в том числе и в России. Все, кто имел возможность, стремились побывать в это время в Париже, где сосредоточены были последние достижения науки, техники и культуры, с которыми вступали страны Запада и Востока, страны обоих полушарий в новый, XX век. Она стала и до сих пор остается самой посещаемой выставкой в истории — на ней побывали более 50 миллионов человек (мировой рекорд того времени) и принесла французской казне доход в 7 миллионов франков [9, с. 160].

В период проведения выставки состоялся Всемирный конгресс архитекторов, основной темой которого стало всестороннее осмысление феномена нового художественного стиля — модерна.

Историческими символами своего времени и искусства модерна стало оформление французским архитектором Гектором Гимаром станций и входных пави-

льонов первой линии парижского метро, которая была открыта именно во время выставки. Архитектор сделал достоянием городской архитектуры цветочный декор, ранее предназначавшийся только для интерьеров. Используя чугун, эмалированную сталь и закаленное стекло, он разработал павильоны, уличные ограждения, перила, фонари, вывески, напоминающие растения, на которых расцветают светильники в форме орхидей.

Творцы «нового искусства» стремились объединить художественные функции с утилитарными, эстетику и прагматизм, преодолению границы между великими и малыми видами искусства. Новое искусство должно было стать стилем жизни нового, формирующегося под его воздействием, общества, создать вокруг человека цельную, эстетически насыщенную пространственную и предметную среду, выразить духовное содержание эпохи с помощью синтеза искусств, новых, нетрадиционных форм и приемов, современных материалов и конструкций.

Выставка взбудоражила всю художественную среду Европы, так как наглядно продемонстрировала все наиболее интересное, перспективное, современное, что сформировалось или начинало формироваться под влияние реформаторских или эстетических идей времени,

Для художников наступающего XX столетия выставка 1900 с ее колоссальными художественными разделами стала примерно тем же, чем была для импрессионистов Всемирная выставка 1855 года, когда на ней знакомился с шедеврами французского искусства Камиль Писсаро.

В 1899 году художник К.А. Коровин был привлечен к созданию и оформлению Русского отдела на Международной выставке в Париже. Обнаружив необычайную многогранность своего таланта, художник разработал архитектурный проект Павильона кустарных изделий и рукоделий России, который должен был стать олицетворением русского национального стиля. По проекту К. Коровина в Москве был срублен целый сказочный городок с деревянными теремками причудливых форм с башнями, галереями, крылечками, переходами, сенями, навесами. Кроме того, в состав комплекса вошла маленькая и гармоничная шатровая церковь, прототипом которой стала церковь XVII в. в посаде Уна. После окончания работ «павильон Кустарного отдела был затем разобран и перевезен в Париж» [5, с. 167].

В залах Павильона была выставлена продукция кустарей и различных народных промыслов: вышивки, кружева, павловские платки, оренбургские пуховые шали, мебель, изделия из дерева и бересты. Здесь же парижане и гости столицы Франции могли ознакомиться с уникальной коллекцией народного крестьянского костюма различных регионов России, собранной Натальей Шабельской.

Кроме того, зрители могли полюбоваться майоликой М. Врубеля, керамическими изделиями А. Головина, керамикой Абрамцевской гончарной мастерской и Строгановского училища, мебелью из Абрамцева и Талашкина. Жемчужиной экспозиции стал камин с изразцовым панно «Встреча Волги Святославовича и Микулы Селяниновича», выполненной по проекту М. Врубеля.

Бесспорно, наибольшие удачи К. Коровина в Париже были связаны с тридцатью декоративными панно, выполненными специально к выставке для оформления павильонов Сибири, Крайнего Севера и Средней Азии. Художник варьирует размеры холстов, их формат в зависимости от общей экспозиции архитектурной планировки интерьеров. Весь образный строй произведений, а также их стилистические черты — лаконизм света, силуэтность изображения, подчинение его плоскости стены, решали проблему синтеза архитектуры и монументальной живописи. Художник выступил здесь «типичным представителем стиля «модерн»,

выразив его положительные, плодотворные стороны» [4, с. 133]. Панно русского художника снискали большой интерес и похвалу публики и критики.

Художественный критик немецкого журнала «Dekorative Kunst» подчеркивал: «Декоративные панно русского художника Коровина, украшающие отдел Азиатской России, являются истинным художественным выражением страны, которую он представляет....И то, что Коровину удалось вычитать в душе родной страны, он передает просто, с наивной безыскусственностью и с тонким чутьем ко всему важному и существенному» [8, с. 163]. Г. Муррей во французском «Энциклопедическом обозрении» отмечает: «В залах русско-азиатского дворца пленяет и удерживает взгляд серия декораций художника Коровина. Здесь это Самарканд, там рыбацьи поселки на крайнем Севере, стада выдр, здесь пейзажи золотых рудников, девственные сибирские леса, там берега Енисея. Северное море и Командорские острова... и везде заявляет пейзажист остро восприимчивый, искусно характеризующий самые разнообразные аспекты природы, мастерски главные особенности вещей с покоряющей поэтичностью и правдивостью и везде раскрывается природный декоратор, знающий, как пережить на изобразительном языке с помощью штриха и цвета, то, что он увидел и переживал» [11, с. 13].

Известный немецкий искусствовед Р. Муттер, в свое время открывший для мира импрессионистов, выделив парижские панно К. Коровина из всей экспозиции русского отдела, особо подчеркнул, что «эти значительные по своему синтетическому смыслу панно декоративны в лучшем смысле этого слова и стилистически дополняют архитектуру» [4 с. 134].

В целом Русский отдел выставки насчитывал свыше четырехсот произведений живописи, скульптуры, графики, что, по мнению большинства современников, позволило зрителям со всех концов света получить достаточно полное и объективное представление о многогранности и богатстве русского искусства на рубеже веков.

Лучшими художниками русского отдела художественные критики и журналисты называли В. А. Серова и Ф.И. Малявина.

На Парижской выставке В. Серов представил одну из наиболее совершенных заказных работ — портрет великого князя Павла Александровича — мастерское произведение как в композиционном, так и в живописном отношении (1897). Взяв его в эффектной форме лейб-гвардии Конного полка, в белом мундире и блестящей золотой кирасе, с таким же шлемом в руках, художник поставил его на фоне темной лошади, поддерживаемой под уздцы денщиком, отчего еще больше заиграл мундир и загорелся металл. Солнечный свет, заливающий фигуру князя, стоящего возле лошади, становится своего рода «героем» этого произведения. Этот портрет создал В. Серову мировое имя, так как «в художественных кругах признавали, что такого качества официальных портретов в Европе еще не видали» [2, с. 182].

Еще одной сенсацией выставки стала картина Ф. Малявина «Смех». В дипломной работе молодого художника, которая вызвала на родине резко противоречивые отклики в художественной и академической среде, не было ничего, что связывается часто с представлением об ученической работе: подражательности, неуверенности, вялости форм. В «Смехе» родился истинный великий художник. В самом сюжете картины было нечто новое: жанровое начало почти совсем исчезло, ибо действие почти не мотивировано. На громадном полотне, сильно вытянутом по горизонтали изображено было всего лишь, как на ярко-зеленом лугу заливаются смехом крестьянские девушки и бабы, одетые в ярко-красные раздуваемые ветром сарафаны. Яркое солнце, буйный ветер, удаль и озорство нерастраченных

сил, дерзость звенящего колорита — во всем этом проявился бурный и горячий темперамент художника, талантливость которого безоговорочно признавалась всеми. Однако, несмотря на шумный успех, картина не осталась в Париже. Через год она была приобретена Венецианским музеем современного искусства.

Подлинным открытием для посетителей русского павильона стали ювелирные изделия Карла Фаберже, которые были выполнены с вдохновением созидательности, которая принесла такую славу его изделиям. Стиль мастера носил печать подлинной эlegантности, которая не бросается в глаза, но проявляется в неожиданных и искусных сочетаниях различных материалов, когда красота важнее стоимости материала.

Новое русское искусство было по достоинству оценено как европейской публикой, так и правительством Франции. *Президентом Франции К. Коровин и К. Фаберже были отмечены Рыцарскими крестами Почетного легиона.*

*Жюри по отделу изобразительного искусства на Парижской выставке единогласно присудило высшую награду выставки — «Grand prix» — В. Серову, Золотые медали получили К. Коровин и Ф. Малявин, серебряными медалями были отмечены работы В. Сурикова, В. Васнецова, И. Левитана, М. Нестерова и многих других русских художников.*

В разделах прикладного искусства и майолики комплектом из одной золотой и двумя серебряными медалями был отмечены работы К. Коровина, золотыми и серебряными медалями были награждены А. Головин и М. Врубель, серебряными медалями были оценены работы художницы М. Якунчиковой, бронзовую медаль получил Н. Рерих.

Среди скульпторов серебряной медалью был награжден П. Трубецкой за скульптурный портрет княгини М. К. Тенишевой [3, с.13].

Давно уже стало привычкой и традицией считать, что первым открытием и прорывом русской культуры для нынешней Европы стали «Русские сезоны» С.П. Дягилева с участием лучших наших танцовщиков, выставки русских художников, триумфальный успех отечественных композиторов, музыкантов и исполнителей. Но объективный анализ показывает, что именно экспозиция художественного отдела на Парижской выставке 1900 г. позволила европейцам в полной мере осознать качественно новый уровень русского искусства. Отныне Россия перестала восприниматься провинциальной в художественном отношении страной. Это был настоящий прорыв, позволивший отечественному изобразительному и декоративному искусству включиться в европейский и общемировой художественный контекст. Можно утверждать, что никогда прежде русское искусство «не было предметом такого активного интереса со стороны европейцев, чем на этот раз» [6, с. 42].

#### *Литература*

1. Аркин Л. Е. Образы архитектуры и образы скульптуры. — Москва: Искусство, 1990. — 400 с.
2. Грабарь И. Валентин Александрович Серов. — Москва: 1965. — 492 с.
3. Жиру М. Искусство во Франции с 1900 по 1930 год // Москва-Париж. Каталог выставки 3 июня — 4 октября 1981 года. — Москва: 1981. — 157 с.
4. Коган Д. З. Константин Коровин Москва: «Искусство», 1964. — 360 с.
5. Коровин К. Жизнь и творчество. Письма. Документы. Воспоминания / сост. Н. М. Молева. — Москва: 1963. — 564 с.
6. Лазновская Г. Ю. Всемирные парижские выставки 1889 и 1900г.: впечатления и комментарии российских представителей культуры // Исторические науки. — 2008. — № 5 (72) — С. 38–42.
7. Мезенин Н.А. Парад всемирных выставок. — Москва: Знание, 1990. — 159 с.

8. Молева Н.М. Жизнь моя — живопись (Константин Коровин в Москве). — Москва: 1977. — 232 с.
9. Симчук К.А. Всемирные выставки Парижа XIX века: градообразующая роль и общественное значение // Вестник Челябинского государственного университета. — 2014. — № 26 (355). Филология. Искусствоведение. — Вып. 93. — С. 157–162.
10. Шпаков В.Н. История всемирных выставок. — Москва, 2008.— 384 с.
11. Шульц В. М. Россия на Парижских всемирных выставках второй половины XIX в. // Университетский историк: Альманах. Вып. 9: Русско-французские художественные связи на рубеже XIX–XX вв.(в рамках культурной программы Год России-Франции 2010) / под ред. Н. Н. Калитиной. — Санкт-Петербург, 2011. — С. 9–16.

## ИГРОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЕЖИ

*О.А. Голосова*

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Хабаровский государственный институт искусств и культуры»  
(ФГБОУ ВПО «ХГИИК»)*

**Аннотация.** *В данной статье рассмотрены проблемы игровой деятельности молодого поколения. Проанализированы характерные особенности игры и ее функции. Автор рассматривает проблему реализации творческого потенциала молодежи через игру.*

**Annotation.** *This article deals with the problems of game activity among the younger generation. The author analyzes the specific features of the game and its functions. The author considers the problem of young people's realization of creative potential through the game.*

Творческий потенциал молодежи — это способность молодого поколения к созданию новых ценностей. Будучи по своей сущности культурно-историческим явлением, творческий потенциал молодежи имеет психологический аспект: личностный и процессуальный, что предполагает наличие у личности способностей, знаний и умений, благодаря которым создается некий продукт, отличающийся новизной, оригинальностью и уникальностью. Изучение данных свойств личности выявило важную роль воображения, интуиции, неосознаваемой умственной активности, а также потребности личности в самоактуализации — раскрытии и расширении своих созидательных возможностей.

Молодость охватывает период жизни от 14 до примерно 29 лет, когда человек более или менее прочно утверждается во взрослой жизни. Молодость — это, прежде всего, время создания семьи и устройство семейной жизни, время освоения выработанной профессии, определения отношения к общественной жизни и к своей роли в ней. Молодости свойствен оптимизм. Человек приступает к реализации своего жизненного замысла, он полон сил и энергии, желания осуществить свои цели и идеалы. В молодости наиболее доступны самые сложные виды профессиональной деятельности, наиболее полно и интенсивно происходит общение, наиболее легко устанавливаются и наиболее полно развиваются отношения дружбы и любви. Молодость считается оптимальным временем для самореализации.



К специфическим чертам молодости относится преобладание у нее поисковой, творческо-экспериментальной активности. Молодежь более склонна к игровой деятельности, захватывающей психику целиком, дающей постоянный приток эмоций, новых ощущений, и с трудом приспосаблиется к деятельности однообразной, специализированной. Игровая деятельность носит универсальный характер, она притягивает к себе людей практически всех возрастов и социального положения. Интерес к игровой деятельности у молодежи носит достаточно выраженный характер. Диапазон этих интересов широк и многообразен: участие в телевизионных и газетных викторинах, конкурсах; компьютерные игры; спортивные состязания.

Феномен игры порождает огромный, невероятно быстро разрастающийся мир, в который молодежь погружается безоглядно. В сегодняшних непростых социально-экономических условиях мир игры оказывает серьезное влияние на молодежь. Этот мир обеспечивает молодежи прерывание повседневности. Многочисленные наблюдения за практикой подготовки и проведения молодежных культурно-досуговых мероприятий свидетельствует о том, что их успех в значительной мере зависит от включения в их структуры игровых блоков, стимулирующих у молодых людей стремление к состязательности, импровизации и изобретательности.

Игры занимают одно из «важных» мест в жизни молодежи, однако далеко не всем юношам и девушкам присуща высокая игровая культура. Некоторые из них совсем не ориентируются в современных массовых играх, не осознают их ценности для себя, другие же относятся к играм преимущественно созерцательно (сидение у телеэкрана, на трибуне стадиона). Игра, как форма досуга — дело серьезное. Надо не забывать дорогу к игровым залам, игротекам. Правда, последних еще не так и много, а нужна их широкая сеть, причем нелишним были бы игротеки-клубы. В подобных заведениях (платных и бесплатных) должна царствовать игра: серьезная и смешная, с партнерами и без них, театрализованная и простая.

По определению, игра — это вид деятельности в условиях ситуаций, направленных на воссоздание и усвоение общественного опыта, в котором складывается и совершенствуется самоуправление поведением. В человеческой практике игровая деятельность выполняет такие функции:

- развлекательную (это основная функция игры — развлечь, доставить удовольствие, воодушевить, пробудить интерес);
- коммуникативную: освоение диалектики общения;
- самореализации в игре как полигоне человеческой практики;
- игротерапевтическую: преодоление различных трудностей, возникающих в других видах жизнедеятельности;
- диагностическую: выявление отклонений от нормативного поведения, самопознание в процессе игры;
- функцию коррекции: внесение позитивных изменений в структуру личностных показателей;
- межнациональной коммуникации: усвоение единых для всех людей социально-культурных ценностей;
- социализации: включение в систему общественных отношений, усвоение норм человеческого общежития.

Большинству игр присущи четыре главные черты (по С.А.Шмакову):

- свободная развивающая деятельность, предпринимаемая лишь по желанию человека, ради удовольствия от самого процесса деятельности, а не только от результата (процедурное удовольствие);
- творческий, в значительной мере импровизационный, очень активный характер этой деятельности («поле творчества»);

— эмоциональная приподнятость деятельности, соперничество, состязательность, конкуренция, аттракция и т.п.;

— наличие прямых или косвенных правил, отражающих содержание игры, логическую и временную последовательность ее развития.

В структуру игры как деятельности органично входит целеполагание, планирование, реализация цели, а также анализ результатов, в которых личность полностью реализует себя как субъект. Мотивация игровой деятельности обеспечивается ее добровольностью, возможностями выбора и элементами соревновательности, удовлетворения потребности в самоутверждении, самореализации.

В структуру игры как процесса входят: а) роли, взятые на себя играющими; б) игровые действия как средство реализации этих ролей; в) игровое употребление предметов, т.е. замещение реальных вещей игровыми, условными; г) реальные отношения между играющими; д) сюжет (содержание) — область действительности, условно воспроизводимая в игре.

Значение игры невозможно исчерпать и оценить развлекательно-рекреативными возможностями. В том и состоит ее феномен, что, являясь развлечением, отдыхом, она способна перерасти в обучение, в творчество, в терапию, в модель типа человеческих отношений и проявлений в труде.

Особенностью современного бытования игр и игровой деятельности является сложное соотношение игр активных и пассивных (в частности, компьютерных). Особое место принадлежит играм телевизионным, которые могут оказаться в разряде пассивных, если просмотр не закончился никакой действенной реакцией, или в разряде активных — если они становятся моделью, активизирующей действие телезрителей. Конечно, и в пассивном случае остается след (память, пережитые эмоции, информация, полученная в результате передачи). Но не закрепленные в реальном действии пассивные переживания стираются последующими, и тем самым нивелируются.

Феномен игры и игровой деятельности привлекает внимание многих ученых, однако в последние 10–15 лет нет крупных исследований, посвященных социальной природе игровой деятельности. Осмысление инноваций, которые происходят в реальности, высокая активность игровой деятельности разных возрастных групп, причем со смещением из младших групп к старшим, с появлением большой группы игр виртуального характера, — все эти проблемы требуют дополнительного изучения.

Наверное, можно назвать тревожным тот факт, что даже такие молодые люди как учащиеся высших учебных заведений свое свободное время проводят в большей степени перед экраном телевизора или компьютера (45,4%), на втором месте — общение с ровесниками в компании с друзьями (33,8%). Если учесть, что первый вид досуга относится к категории пассивного отдыха, а участие в игровой деятельности — к активным формам, то такое влияние игровых телепередач можно считать положительным.

Многие учащиеся заинтересованы в участии в спортивной деятельности, в участии в художественной самодеятельности, в различных видах общественной деятельности. Тревогу преподавателей и специалистов, работающих с молодежью, вызывает именно пассивная жизненная позиция учеников. Но во многом это зависит от пассивности самих учителей, преподавателей и молодежных организаторов. Этот вывод подтверждается и специальными социологическими исследованиями.

Игровая деятельность востребована и привлекает молодежь не только возможностью получения выигрыша, но и возможностью самореализации. Игровая дея-

тельность, в том числе и телевизионные передачи, посвященные игре, сами по себе не несут негативного начала: многое зависит от того, кто и как делает эти программы, какие ценности они несут в молодежную и подростковую аудиторию. Доказательством тому — история КВН, который в советский период прекратил существование, в том числе и из-за политической остроты, выражения общественной позиции и новых стремлений молодежи. По воспоминаниям создателей и первых участников игры в ней было значительно меньше пошлости и дурного вкуса, который порою демонстрируют игровые и трэш-программы сегодня.

Стремление подростков и молодежи к самореализации находит воплощение в игровой деятельности, в командах КВН, в играх, которые проводятся во время летнего отдыха студентов и учащихся. В ходе ее меняются личные качества молодых. Многолетние наблюдения показывают, что, приходя в команду неуверенными в себе, зажатыми, психологически закрытыми, подростки раскрываются, у них проявляются способности и таланты (актерские, режиссерские, способности сценаристов), появляются и организаторские способности. Анализ результатов анкетирования, проведенного среди участников команд КВН для изучения социального портрета молодежи, показывает, что это группа социально активная, адаптированная, целеустремленная, рассчитывающая на свои силы.

Из всего сказанного можно сделать вывод: молодежь достаточно активно использует различные игровые технологии в своем досуге, но, тем не менее, около 20% не используют игры.

Возможно для того, чтобы увеличить число молодых людей, включающих игровые технологии в свой досуг, необходимо:

- проводить тематические игры во время массовых праздников;
- активно рекламировать различные игровые клубы;
- проводить игры в каких-либо Домах культуры, культурно-развлекательных центрах и т.д.

Сейчас чаще всего используются два основных направления в организации игровой деятельности: клубные игры, в первую очередь КВН, а также организация активного игрового отдыха подростков и молодежи во время летних каникул, в том числе организация туристического отдыха учащейся молодежи в рамках обмена по линии международного движения скаутов, является одним из перспективных направлений туризма.

Можно сделать вывод о возрастающей роли игровой деятельности в социализации подростков и молодежи, о повышении возрастного порога этой деятельности и востребованности у всех возрастных групп. Специфика современных игровых технологий такова:

- 1) их соответствие устремлениям и социально-психологическим особенностям молодежи;
- 2) стремление к социализации среди ровесников в группе, команде, в коллективе;
- 3) высокие творческие возможности данного возраста.

#### *Литература*

1. Бестужев-Лада И.В. Молодость и зрелость: размышления о некоторых социальных проблемах молодежи. — М.: Политиздат, 1984.
2. Игровая деятельность и социализация молодежи: исторические и социальные аспекты проблемы // Приложение к журналу «Теоретические и прикладные проблемы сервиса». — М.: МГУС, 2006.
3. Культурно-досуговая деятельность: учеб. пособие / под ред. Жаркова А.Д., Чижикова В.М.. — М.: Издательство МГУК, 1981.

4. Кэндо. Т. Досуг и популярная культура в динамике и развитие // Личность. Культура. Общество. — Т., 2000.— Вып. 1 (2). — С. 288.
5. Трегубов Б.А. Свободное время молодежи: сущность, типология, управление / Б.А. Трегубов. — СПб., 1991.
6. <http://www.skachatreferat.ru> [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://www.skachatreferat.ru/referaty/689> — Игровые технологии.
7. <http://les5125.narod2.ru> [Электронный ресурс] — Режим доступа [http://les5125.narod2.ru/sotsialnie\\_aspekti](http://les5125.narod2.ru/sotsialnie_aspekti) — Игровая деятельность молодежи.

## ФОРМИРОВАНИЕ ДОСУГОВОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ ОМСКОГО РЕГИОНА В СФЕРЕ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО ПОКАЗА

*Л.И. Саблукова*

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»*

**Аннотация.** *Статья посвящена формированию зрительской культуры молодежи в системе кинотеатрального показа на примере города Омска. Рассматриваются понятия культурные потребности, интересы в контексте исследования.*

**Annotation.** *The article is devoted to the formation of the audience's youth culture in the theatrical exhibition system on the example of Omsk. Examines concepts of cultural needs and interests in the context of the study.*

В современной социально-культурной ситуации после длительного кризиса вновь возросла популярность кинотеатрального показа. Кино предстает как общественно осознанная необходимость, а посещение кинотеатров одним из самых популярных видов досуга. Молодежь по-прежнему является самой активной зрительской аудиторией. В последнее десятилетие социальная функция кинотеатра существенно изменилась. Из единственного канала доставки кинофильма зрителям он превратился в достаточно дорогой вид досуговой деятельности. Наряду с этим изменились и запросы кинозрителей. Если раньше их удовлетворяла ситуация, когда 90% кинотеатров показывали один и тот же фильм в одно и то же время, то сегодня они хотят и могут выбирать, что, когда и на каких носителях смотреть. Это привело к росту конкуренции между кинотеатрами и проблеме привлечения посетителей. В этой ситуации значительно возрастает необходимость изучения вкусов, интересов и потребностей зрительской аудитории. Необходимо учитывать, что культурные потребности и интересы молодежи в сфере кинотеатрального показа так же имеют нестабильный характер и имеют свойство постоянно меняться. В труде «Человек и его потребности» Черников Г.Е. разграничивает такие понятия как потребность и интерес:

Интерес — это осознанная потребность, которая характеризует отношение людей к предметам и явлениям действительности, имеющим для них важное общественное значение, притягательность.

Потребность — вид функциональной или психологической нужды или недостатка какого-либо объекта, субъекта, индивида, социальной группы общества. Являясь внутренними возбудителями активности, потребности проявляются по-разному в зависимости от ситуации.

Интерес всегда выражает волю и желание конкретного человека, потребность не может проявляться иначе, чем через интерес. В особенности это относится к таким специфическим потребностям, как культурные, которые одновременно являются носителями интереса личности. Культурные интересы и потребности реализуются в сфере досуга. Досуг выступает в качестве структурного элемента свободного времени, его содержание наполнено деятельностью, позволяющей не только преодолевать стрессы и усталость, но и развивать духовные и физические качества исходя из социокультурных потребностей личности. В то же время досуг является относительно самостоятельной сферой жизнедеятельности молодежи. Основным признаком, отличающим время досуга от свободного времени — это возможность выбора видов деятельности исходя из своих социокультурных интересов и духовно-нравственных предпочтений. Человек волен распоряжаться временем досуга по своему собственному усмотрению в соответствии со своими ценностными ориентациями [1, с. 45]. Молодежный досуг подразумевает свободный выбор личностью досуговых занятий. Он является необходимой и неотъемлемым элементом образа жизни человека. Поэтому досуг всегда рассматривается как реализация, интересов личности связанных с рекреацией, саморазвитием, самореализацией, общением, оздоровлением. В этом заключается социальная роль досуга. Система организации досуга определяется интересами и культурными потребностями молодых людей в свободное время [2, с. 96–98].

В современной жизни в сфере досуга молодых людей важную роль играют его организаторы. На сегодняшний день это — коммерческие структуры, отвечающие за производство и трансляцию образцов досугового поведения; творческие предприятия, которые консолидируются вокруг крупных коммерческих центров, использующих их услуги при разработке культурных проектов; наконец, государственные организации культуры (театры, музеи, библиотеки), предоставляющие услуги культуры, которые пользуются в условиях массового престижного потребления довольно ограниченным спросом. Культура досуга — это, прежде всего, внутренняя культура человека, предполагающая наличие у него определенных личностных свойств, которые позволяют содержательно и с пользой проводить свободное время. Склад ума, характер, организованность, потребности и интересы, умения, вкусы, жизненные цели, желания — все это составляет личностный, индивидуально-субъективный аспект культуры досуга подростка [3, с. 32].

Киноискусство является инструментом формирования духовной культуры молодежи, так как именно кино больше, чем что-то еще, формирует мнения, вкусы, язык, поведение и даже внешний вид публики. Дело в том, что в современной жизни кино является тем, чем другие виды искусства перестали быть — необходимостью. Средства массовой коммуникации задают новые ценности, не соотнося их с фундаментальными ценностями культуры. Современная массовая культура строит простые красивые картинки. А настоящее искусство — художественный образ, обобщенный образ, где заключена глубокая мысль [4, с. 38]. К сожалению, коммерциализация системы кинопоказа, не смотря на культурную активность молодежи, не создает условий для формирования зрительской культуры. Репертуарная политика киноцентров подчинена экономическим интересам. Коммерческие кинотеатры объясняли отсутствие работы со зрителем и без того их высокой востребованностью. И только появление на рынке культурных услуг конкурентов спровоцировало желание сотрудничать с муниципальными организациями кинопоказа по проведению кинофестивалей, созданию кино клубов, а именно такие формы работы формирует зрительскую культуру, культурные по-

требности и интересы молодежи. Формирование зрительской культуры в самом популярном виде досуговой деятельности — кинотеатральном показе, проецируется на всю культурную деятельность в сфере досуга. На данный момент в Омске насчитывается 15 кинотеатров. Из них 6 самых популярных среди молодежи, имеют оборудование для показа фильмов в формате 3D — это кинотеатры «Маяковский», «Галактика», «Космос», «Атриум-Кино», «Вавилон», «Континент». С целью выявления уровня зрительской культуры, культурных интересов, потребностей и предпочтений молодежи в сфере кинотеатрального показа в городе Омске со студентами факультета культуры и искусств ОмГУ им. Ф.М. Достоевского был проведен опрос 500 зрителей от 20 до 25 лет.

Результаты показали: 40% респондентов смотрят фильмы в кинотеатрах 1 раз в месяц, 2-3 раза в месяц посещают кинотеатр 44%, 1 раз в неделю и чаще — 16%. Таким образом, 70% из опрошенных посещают кинотеатр, что подтверждает популярность данного вида досуговой деятельности среди молодежи.

Однако выяснилось, что предпочтительней домашние виды просмотра фильмов. На компьютере — 49%, по телевизору — 41%, в кинотеатре — 10% из опрошенных. Сегодня молодые люди могут выбирать любые виды носителей кинопродукции, что позволяет подбирать репертуар по вкусу, экономя время следить за киноновинками. Кинотеатральный показ пока проигрывает в борьбе за зрителя.

Выяснилось, что молодежь привлекает в омских кинотеатрах качество изображения, стереозвук и большой экран — 48%. 32% опрошенных считают, что поход в кинотеатр — это хорошая возможность провести время с друзьями, и 20% привлекает премьерный показ фильма, возможность увидеть фильм раньше, чем он появится в интернете. Сфера кинотеатрального показа единственное поле в формировании зрительской культуры, но зрителей пока в большей степени интересуют условия кинопоказа.

На вопрос о содержательности фильмов значительное большинство молодых людей — 66% предпочитают художественные фильмы, несущие эстетическую функцию. На втором месте по предпочтениям находятся научно-познавательные фильмы — 19%, несущие в себе образовательную и воспитательную функции. На третьем месте — 9% любят документальное кино, расширяющее кругозор, рассматривающие проблемы общества. Также среди научно-познавательных и документальных фильмов было выделено историческое кино — 6%.

Из жанровых предпочтений на первом месте по-прежнему комедии — 35%, триллеры — 24%, драма — 15%, приключения — 8%, фильмы-ужасы — 6%, анимация — 4%. Такое расположение приоритетов мало чем отличается от исследований проведенных ранее и демонстрирует не достаточно высокий уровень зрительской культуры молодежи. Большинство в кино идут, чтобы отдохнуть, развлечься, провести время с друзьями.

По результатам опроса, самым востребованным кинотеатром Омска стал «Атриум-кино» (28%), на втором месте располагается киноцентр «Вавилон» (26%), третьим по популярности стал кинотеатр «Маяковский» (16%) и четвертое место поделили между собой киноцентр «Континент» (15%) и «Галактика» (15%).

Анкетирование позволило узнать какими критериями руководствуются молодые люди, выбирая кинотеатр: 28% — опрошенных предпочитают кинотеатр, в котором можно наиболее разнообразно провести свой досуг. 15% — выбирают кинотеатр, наиболее близко расположенный к дому, для 14% человек одним из самых главных критериев выбора кинотеатра является ценовая политика, 13% респондентов предпочитают тот кинотеатр, в котором уютная и комфортная атмосфера 12,5% — выбирают кинотеатр по качеству звука и изображения,

9,5% предпочитают кинотеатры, в которых много кинозалов, 8% посетителей любят акции и скидки, которые проводит кинотеатр. Приоритет выбора кинотеатра по содержанию репертуара и работе со зрителями респондентами не рассматривался. Это результат деятельности современной системы кинопоказа.

Удалось выявить интересы и предпочтения молодежи в проведении досуга. Ответы распределились следующим образом: 40% предпочитают походы в кинотеатр, 25% выбрали поход в ресторан, кафе, 12% молодых респондентов предпочитают посещать ночные клубы, 10% любят театр, 8% предпочитают прогулки на свежем воздухе, и 5% опрошенных выбирают чтение. Результат опроса подтвердил, что кино является достаточно популярным видом досуговой деятельности, но в целом культура досуговой деятельности низкая.

Последний вопрос позволил респондентам высказать свое мнение о влиянии кино на формирование личности молодого человека. Ответы были разные, большинство — 86% говорили о неценном влиянии кино на мировоззрение зрителя. Но все же 14% из 100% считают, что кино не оказывает совершенно никакого влияния на формирование личности.

По мнению большинства респондентов, кино позволяет расширить кругозор. Некоторые рассматривают кино как учителя. По их мнению, с помощью кино можно посмотреть на любую жизненную ситуацию со стороны и увидеть пути выхода из нее. Для других кино — это хороший способ отвлечь себя от забот, занять время, и возможность посмотреть на мир другими глазами. Также респонденты наделяют кино силой, несущей знания и опыт. Кроме этого кино учит многому, помогает найти ответы на важные вопросы, посмотреть на себя и других со стороны, стимулирует к познанию нового, к развитию.

Это подтверждают выдержки из ответов респондентов:

«Конечно, влияет. Кино способно вызвать чувства, эмоции, дать толчок к размышлению над собой и жизнью».

«Да, из какого-либо фильма мы видим что правильно, а что нет. Из каждого жанра можно взять что-то для себя, научиться добру, познать зло. Думаю, что кто-то подражает кому-нибудь, берет для себя маленькую частичку кино».

«Несомненно, влияет, в кино человек находит образы поведения в определенных ситуациях. Научное кино развивает кругозор, документальное — позволяет самому оценивать факты, историческое — приобщает людей к познанию прошлого».

Проведенный опрос подтвердил, что кино является по-прежнему одним из самых доступных и популярных видов досуга и, несомненно, влияет на формирование духовной культуры молодежи, формирует культурные потребности и интересы молодого поколения. Данное исследование иллюстрирует интересы молодежи в сфере кинотеатрального показа, предпочтения молодых людей при выборе кинотеатра, место кинопросмотра в сфере молодежного досуга, что необходимо учитывать организаторам кинотеатрального показа в процессе формирования зрительской культуры.

#### *Литература*

1. Погрешаева Т.А. Свободное время человека в условиях трансформируемого общества / Т.А. Погрешаева. — Саратов: Изд-во СГУ, 2000. — 45 с.
2. Аванесова, Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: учеб. пособие для студ. вузов / Г.А. Аванесова. — М.: Аспект Пресс, 2006. — 96—98 с.
3. Ерошенков И.Н. Культурно-досуговая деятельность в современных условиях. — М.: НГИК, 1994. — 32 с.
4. Кадетова Э.Г. Кинематограф как форма духовной защиты современной молодежи от информационной среды: монография. — Томск, 2001. — С. 38.

## БРЕНД-КЕЙС КАК PR-МЕТОД В ШОУ-БИЗНЕСЕ

*И.В. Кузнецова*

*Тюменский государственный институт культуры*

Бренд (также товарный знак, торговая марка) — термин в маркетинге, символическое воплощение комплекса информации, связанного с определенным продуктом или услугой. Обычно включает в себя название, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, цветовые схемы и символы).

Ранее термин «бренд» («бренд-нэйм») обозначал не всякий товарный знак, а лишь широко известный. Ныне он употребляется как синоним термина «товарный знак».

Необходимо различать правовой и психологический подход к пониманию бренда. С правовой точки зрения рассматривается товарный знак, обозначающий производителя продукта и подлежащий правовой защите. С точки зрения потребительского психологии (consumer research) речь идет о бренде как об информации, сохраненной в памяти потребителей.

Бренд с точки зрения потребителя — не только товар, услуга, их особенности или отличительные черты в чистом виде, бренд, в первую очередь, это набор осязаемых и неосязаемых выгод, которые несет в себе потребление товара, или услуги, обладающих конкретными идентификационными символами (марками, знаками).

Таким образом, бренд — это образ, уникальный и привлекательный для потребителя. Создаваемый образ точно просчитан, спланирован, его появление в сознании потребителя является не случайностью, а прогнозируемым результатом многоуровневого воздействия, включающее в себя и рациональные выгоды для потребителя, и эмоциональную привлекательность, и физические особенности, уникальные технологии производства и многое другое.

Важными составляющими бренда являются — позиционирование и эмоционалирование.

Позиционирование — это образ мысли, рациональное обоснование определенной жизненной позиции, а эмоционалирование — это образ желаемого «я» в виртуальной сфере фантазии.

Технология создания бренда для шоу-бизнеса не имеет ничего общего с другими технологиями персонального брендинга. В первую очередь, это связано с тем, что для быстро развивающегося рынка «звезд» нет ничего более важного, чем персональный посыл. То есть творчество, история возникновения, семейные ценности не имеют столь значимой силы, как эффект персонализации.

На основе полнейшей персонализации человека строятся отношения с рынком, это заложено в бренд-кейс артиста, в PR кампаниях и паблисити ивентах, каждая история, связанная с артистом и проявившаяся в СМИ, это продуманная, четко проработанная ветвь построения бренда.

Для того, чтобы начать строить персональный бренд сферы шоу-бизнеса, необходимо создать бренд-кейс. Бренд-кейс должен содержать в себе следующие главы:

1. История наименования.
2. История начала творчества.
3. История формирования образа.
4. Сравнительный анализ образа кандидата и существующих конкурентов.
5. Описание визуального образа артиста.
6. Описание стилистики поведения артиста.



7. Описание возможных PR кампаний и отработка сценариев ухода от негативного восприятия образа артиста.

8. Описание артиста со стороны внедряемого рынка.

9. Прогнозы деятельности артиста и схематизация истории развития персонального бренда.

При создании сугубо коммерческого проекта некоторые пункты можно удалить из списка. Если же планируется диверсифицировать каналы получения прибыли от бренда, то следует составить полный бренд-пакет. Также не лишним будет заметить, что есть некоторые различия при формировании бренда для женской и мужской аудитории. В первую очередь, это касается поведенческой и визуальной части образа.

Каждый человек, желающий стать брендом, должен иметь историю рождения, историю формирования и становления. Разрабатывая историю наименования, необходимо проанализировать и выбрать все самое наилучшее, что есть в имени человека. Например, Авраам Руссо — Абрам (Абрахам) Ипджян, Аврора — Ирина Юдина, Алена Апина — Елена Левочкина, Аркадий Арканов — Аркадий Штейнбок, Валерия — Алла Перфилова, Витас — Виталий Грачев и мн. др.

Неотъемлемой составляющей успешного бренда является достоверная бренд-легенда (личная легенда). Поэтому обязательной частью работы является создание биографии. В контексте имиджа биография — это не просто фиксация событий. Необходимо фокусироваться на знаковых событиях и акцентировать внимание на поступках личности. Биография доносится до целевой аудитории по всевозможным каналам коммуникации. Литературный вариант полностью или частями публикуется в печатных СМИ.

По возможности биография издается отдельной брошюрой или книгой. Например, автобиография Ирины Хакамады «Девичья фамилия» и книга «Невыполненный заказ» о Юлии Тимошенко. Кроме литературного варианта, необходимо снять биографический фильм. Для создания полнокровного живого образа артиста придется сделать свою частную жизнь максимально открытой. Отношение в семье, количество жен (мужей), поведение детей и даже домашние животные могут позитивно или негативно влиять на имидж. Закрытая частная жизнь делает образ плоским, пресным и неинтересным для обывателей. Поэтому появление публичной личности на страницах СМИ типа журнала «Натали» и в телепрограммах типа «Женский взгляд» является обязательным.

Собрав набор «плюсов», необходимо провести аналитику сферы применения, то есть это поп-музыка, стэп, рэп, рок или что угодно, сформировать карту пересечений восприятия, тем самым, максимально приблизив саму персону к области деятельности.

В главе «история творчества» первостепенной задачей является построить реальную жизнь артиста так, чтобы, наполненная истинными или вымышленными тонкостями и нюансами, она звучала крайне правдоподобно и всей своей продолжительностью касалась или затрагивала деятельность на профессиональном рынке. История творчества — это автобиография человека, подстроенная под совершенно определенный рынок, наполненная специфическими (невероятными) деталями. История творчества необходима для ассоциативного восприятия неразрывности артиста и сферы деятельности.

Один из важнейших пунктов бренд-кейса — это «история формирования образа». Высокую важность этого пункта обуславливает формирование на основе этого пункта большинства публицити. Описание возможных PR кампаний и отработка сценариев ухода от негативного восприятия образа кандидата.

«Звезда не прошла фейс контроль в какой-то дешевый клуб», «Звезда поддерживает некий некоммерческий фонд», «Звезда встретила со школьными друзьями», «Звезду пригласили на интеллектуальное шоу», «Звезда спела для китайских работников заводов корпорации NIKE» и т.д. корни того, как развивать и предъявлять бренд обществу своей основой заключает именно «историю формирования образа».

Образ является тем маленьким фактором, по которому артиста примут на рынок или не примут. Если артиста не принимают на рынок, следовательно, образ его не соответствует образу восприятия рынка.

Для того чтобы составить сравнительный анализ образа артиста и существующих конкурентов необходимо найти этих самых конкурентов. Сравнение и выделение сильных и слабых сторон у конкурентов это очень важная часть создания уникального продукта. Необходимо создавать образ бренда, исходя из анализа конкурентной среды, но на это потребуется больше времени.

Визуальный образ артиста это важный пункт в формировании бренда. Описание визуального образа должно складываться из того, как одет кандидат, на какую сторону у него (нее) зачесаны волосы, какие украшения и какой цвет одежды наиболее подходит человеку. Макияж, маникюр, цвет рубашки, цвет костюма, платье или брюки (штаны типа джинсы), каким должен быть нос у туфель — острым или закругленным, может быть небольшая щетина или бакенбарды — все, что относится к внешности человека, все это предусматривается.

Важность этого аспекта особенно высока, если на артиста долгосрочные планы у продюсера. Чтобы стилисту, парикмахеру, имиджмейкеру было проще работать в едином ключе, необходимо разработать образ, который бы идентифицировал человека.

Стилистика поведения артиста является неотъемлемой частью внешнего образа. Придумать образ и подобрать поведенческую стилистику это разные вещи. Человек должен соответствовать придуманному или доработанному бренд-имиджу. Возможно он хулиган из неблагоприятного района или золотой мальчик никогда не видевший свиней, может быть он беженец из страны, где ведутся военные действия, возможно, он обладает некими сверхъестественными способностями, а может он интеллект — под его напором не может устоять ни одна женщина — далеко не полный перечень характеристик формирования имиджа.

Описание стилистики поведения это обыгрывание возможных ситуаций. Как бы человек отреагировал на ту или другую ситуацию, как он ведет себя с друзьями, коллегами, родителями, детьми и т.д.

Описание возможных PR кампаний и отработка сценариев ухода от негативного восприятия образа артиста немаловажный аспект формирования бренда в шоу-бизнесе.

Планирование PR кампания для рынка шоу-бизнеса это не медиа-план событий, это обыгрывание ситуаций, в которые попадает звезда. Ситуация должна быть связана с рынком специализации, она должна быть комична или трагична, она должна затрагивать множество людей (чем больше тем лучше), она должна ассоциироваться с данным жанром персоны. Очень не многие имиджмейкеры обращают внимание на актуальность или адекватность ситуационной модели PR для своего бренда, это часто заставляет их оправдываться или выворачивать смысл сказанного и сделанного.

Российский рынок не может адаптироваться к тому, что зарубежный рынок уже давно говорит правду и не старается выгородить виновного: «Да, действи-

тельно, вчера произошел такой прецедент, в котором были замешаны такие-то люди. Хотя мы и ведем тщательное расследование этого дела, мы не можем сказать, что виновником послужил(а) «наш клиент». Но вместе с тем, мы искренне просим прощения у людей, которые морально пострадали или были невольными участниками этого скандала и обещаем, что приложим все усилия, чтобы виноватые были выявлены и наказаны».

Характеристика образа кандидата включает в себя те основополагающие пункты, которыми живет будущая звезда: какие диеты использует, почему начала петь, какими видами спорта увлекается, какую слушает музыку, какое отношение к религии и т.д. Этот пункт один из главных для пассивного PR. Это связано, в частности, с тем, что многие журналисты активно используют ментальность и духовность звезд для производства статей и заметок, некие «советы от звезд», программы-кумиры — все это является результатом широкой спекуляции ментальностью и духовностью образа артиста-звезды.

Важным аспектом формировании бренда в шоу-бизнесе является описание кандидата со стороны внедряемого рынка. Фактически, этим пунктом мы говорим «наш кандидат такой, потому что, в идеале, рынок выглядит так, как выглядит наш кандидат». Отождествление и искривление текущего момента может быть выигрышным для брендов, строящихся на основе бизнес сообщества и андеграунда.

PR-методы играют значительную роль в продвижении бренда сферы шоу-бизнеса. Одним из эффективных методов является работа с прессой. Сюда входят такие инструменты, как интервью, репортажи, рецензии, пресс-релизы и т.п. СМИ играют также не последнюю роль в промоушн артиста. Зачастую именно от первичных отзывов журналистов зависит целесообразность его дальнейшей раскрутки на ТВ, и применение других методов. Именно во время интервью артист может показать свою сущность, раскрыть аудитории свой характер, свои убеждения, блеснуть эрудицией, то есть как-то привлечь дополнительную аудитория или подчеркнуть свой имидж. Также во время интервью артист может сказать что-то такое, что будет тиражироваться из уст в уста, давая шанс артисту запомниться.

Промоушн в прессе имеет достаточно большое значение для продвижения группы. Важно выбирать те журналы, которые читает потенциальная аудитория.

Стоит отдельно коснуться телевидения, как инструмента в арсенале связей с общественностью. Считается, что запуск клипа в ротацию на телевидении, создание телевизионного интервью или попадание в официальные чарты, рейтинги, интерактивное голосование на ТВ — это самый предпочтительный и действенный метод PR в шоу бизнесе. Функционирование музыкальных каналов в России позволяет артисту развиваться и быстро набирать обороты популярности. Именно эти каналы используют западный опыт работы с артистами. Они являются частью индустрии музыкального шоу-бизнеса, с его культурой, PR-методами и аудиторией.

К эффективным методам PR также относятся и показы вручения различных музыкальных премий. И это не удивительно, поскольку именно таким образом артисту будет гарантирована весьма солидная рекламная кампания, обеспечена известность и перспективы на дальнейшее развитие, как в музыкальном, так и материальном плане. Запустить клип на ТВ — это основная задача любого продюсера, так он сможет сделать имя не только артисту, но и себе.

Итак, методы паблик рилейшнз являются неотъемлемой частью деятельности по формированию позитивного образа артиста (проекта), а также способствуют

успешному продвижению проекта на рынке культурных услуг. Одним из концептуальных методов формирования бренда в шоу-бизнесе является метод бренд-кейса, так как он наиболее адаптирован к применению в данной сфере и содержит комплекс параметров создания артиста-бренда.

#### *Литература*

1. Бренд [Электронный ресурс] : <http://books.pchelov.com/supplement/brend.html>
2. Стратегический уровень бренда [Электронный ресурс] : [http://www.nnre.ru/delovaja\\_literatura/brending\\_v\\_rozничnoi\\_torgovle\\_algoritm\\_postroenija\\_s\\_nulja/p6.php](http://www.nnre.ru/delovaja_literatura/brending_v_rozничnoi_torgovle_algoritm_postroenija_s_nulja/p6.php)
3. Шоу-бизнес — персональный бренд [Электронный ресурс] : [http://bduch.ucoz.com/news/shou\\_biznes\\_personalnyj\\_brend\\_chast\\_2/2013-02-08-192](http://bduch.ucoz.com/news/shou_biznes_personalnyj_brend_chast_2/2013-02-08-192)

## ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО СВАДЕБНОГО ТОРЖЕСТВА

*И.В. Кузнецова*

*Тюменский государственный институт культуры*

Организация современного свадебного торжества процесс сложный и многогранный. **Свадебные традиции** современности тесно переплетаются с древнерусскими традициями, только более модернизированы. В отличие от времен наших предков, свадьбу играют не неделями, а всего лишь два дня, где второй день, обычно минимизирован по времени и количеству гостей. Свою будущую свадьбу молодожены представляют яркой, запоминающейся, романтической, уникальной, веселой, поэтому от организаторов свадьбы зависит, каким это событие останется в памяти молодоженов.

Спланировать и провести свадебное мероприятие под силу и одному человеку, даже никогда ранее ничего подобного не делавшему. Однако качество при этом не гарантировано.

Организация свадебного торжества начинается с переговорного процесса между двумя субъектами: молодоженами и их родителями и компанией — организатором. В момент переговоров решаются следующие задачи: форма мероприятия; масштаб мероприятия; место проведения мероприятия; примерный бюджет мероприятия; ответственный со стороны молодоженов, уполномоченном решать организационные и финансовые вопросы.

Остановимся подробнее на этих моментах. Форма мероприятия может быть различной например:

□ Классическая (традиционная) свадьба — самый популярный и широко распространенный вид свадеб. Она основана на традициях и обрядах предыдущих поколений. Этот вид свадеб наиболее популярен в нашей стране. Традиционная свадьба предполагает определенную стилистику, на которую и должны указать будущие жених и невеста. Среди вариантов свадьбы в традиционном стиле — исконно русская свадьба, буйное гуляние с танцами и разнообразными конкурсами, прописанными в сценарии свадебного торжества, а также европейская свадьба, которая всегда сдержаннее и спокойнее русской. Сначала к невесте в дом приходят сваты, потом происходит помолвка молодых людей, а далее день свадьбы. В свадебный день жених выкупает невесту, избранные гости едут с брачующимися в ЗАГС, где происходит гражданская церемония. Если

пара решила пройти обряд венчания, то они посещают храм. После осуществляется прогулка по достопримечательностям и памятным местам города, праздничный банкет для молодоженов и гостей, после чего супружеская пара его покидает, чтобы провести первую ночь в качестве мужа и жены.

□ Традиционная свадьба с выездной регистрацией молодоженов. Выездная регистрация — это шоу или театрализованная постановка, не имеющая юридической силы, потому как официально сделать выездную регистрацию в нашей стране нельзя. По закону выносить журнал регистрации из здания ЗАГСа запрещено. Поэтому в будний день эта процедура занимает не более получаса, однако в день выездной регистрации брака это будет яркая и красочная церемония, широкие свадебные торжества в зеленых парках или уютное мероприятие на борту белоснежного теплохода. На церемонии гости даже не догадываются о том, что все это постановка, так как соблюдаются все тонкости регистрации брака — подписи, обмен кольцами, выдача свидетельства (только свидетельство с датой от заключения брака). Речь регистратора, в данном случае, будет не банальной и скучной, а романтической и трогательной. Места для выездной регистрации брака могут быть самыми разными, от совершенно обычных и логичных до фантастически оригинальных и даже экстремальных.

□ Семейный вечер, в европейском стиле, с небольшим количеством гостей и отсутствием помпезности.

□ Креативная (тематическая) свадьба. Вся свадьба проводится в конкретном, заранее выбранном стиле и посвящена одной теме. Зачастую тема такой свадьбы выбирается, исходя из увлечений и общих интересов жениха и невесты. Это может быть что угодно: пляжная свадьба, свадьба в гангстерском стиле, бал-маскарад и многое другое.

В переговорном процессе молодожены и их родители высказывают собственные пожелания, на что в последствие ориентируются организаторы праздника. В связи с этими данными формируется концепция будущего торжества. Концепция помогает: очертить тот круг проблем, с которыми придется столкнуться коллективу арт-фирмы в процессе своего функционирования по организации мероприятия; служит основанием для предполагаемой деятельности и оценки ее результатов; является важным документом к действию и контролирующей составляющей за выполнением намеченных планов; является средством расчетов по расходам на мероприятие.

При подготовке свадебного торжества необходимо учесть некоторые аспекты данной деятельности: организационный, творческий, технический, финансовый, нормативно-правовой, маркетинговый. Синтез этих аспектов представляет собой системный подход к организации свадебного торжества, что является неотъемлемой частью специалиста-организатора. Рассмотрим аспекты деятельности менеджера подробнее.

Организационный аспект включает: выбор места проведения торжества, организацию выездной регистрации (если это необходимо), выбор автомобилей свадебного кортежа и мест остановки, встречу и размещение гостей, организацию питания, организацию банкета, информирование и организацию предсвадебной и свадебной фото и видеосъемки, майкап для невесты и гостей, организацию фейерверка.

Творческий аспект: информирование о творческих коллективах и артистах города, с целью включения этих номеров в программу, информирование молодоженов о категориях ведения и выбор ведущего свадебного торжества, выбор тематики праздничного оформления площадки, музыкальное сопровождение

торжества, поиск образов ведущего и других персонажей свадебного мероприятия, в случае театрализованного подхода, написание и подготовка сценария.

Технический аспект: обеспечение мероприятия необходимой аппаратурой и оборудованием. К ним относятся звуковое и световое оборудование, экраны для демонстрации фильмов, видеопроекторы, микрофоны для выступающих, спецэффекты, пиротехнические устройства, рации (в случае масштабного мероприятия).

Финансовый аспект: формирование бюджета проекта.

Нормативно-правовой аспект: заключение договоров с заказчиком, а также исполнителями и выполнения договорных обязательств.

Маркетинговый аспект: изготовление эскиза приглашений, сувенирной и рекламной продукции (если необходимо).

Подготовка и разработка свадебного мероприятия требует наличия информационных, финансовых, технологических, технических и трудовых ресурсов. В этой связи, организатор торжества, решает вопросы собственных творческо-производственных возможностей агентства в рамках подготовки и проведения свадьбы: автора сценария, литературного текста, реприз, диалогов, текста ведущих, сюжетного и образного построения; наличие флористов и дизайнеров для оформления торжества, специалиста по костюмам (в случае театрализации); звукооператора, который несет ответственность за качество звука и комплектацию необходимого звукового оборудования.

Менеджерский состав может быть представлен арт-менеджером, который подбирает исполнителей, администратора, контролирующего работу транспорта, встречу гостей, приобретения или изготовления реквизита и т.д.

На менеджерский состав возлагаются следующие полномочия: умение вести финансовую документацию по мероприятию; осуществление контроля за ходом работ по организации мероприятия; организация текущей работы по привлечению творческих специалистов, приглашенных артистов и другого персонала; ответственность за выполнение работ по организации мероприятия; выполнение договорных обязательств, как перед молодоженами, так и перед субподрядчиками в процессе организации свадебного мероприятия; разрешение споров по разногласиям в разработке мероприятия.

Бюджет свадебного торжества складывается из статей:

- 1) расходы на режиссерско-постановочные работы — оплата режиссерской группы (в случае театрализации);
- 2) расходы на художественное оформление помещения, где будет проходить свадьба и торжественная регистрация — аэрдизайн, изготовление или аренда декораций, фитодизайн;
- 3) расходы на аренду звукового и светового оборудования;
- 4) расходы на оплату ведущих, артистов, службы сервиса мероприятия;
- 5) расходы на оплату легкового и грузового транспорта при обслуживании мероприятия;
- 6) расходы на приобретение пиротехники и оплата специалистов;
- 7) расходы на аренду залов и помещений, где будет проходить мероприятие;
- 8) расходы на приобретение реквизита и призов в рамках игровой части программы;
- 9) расходы на оплату обеда и обслуживания в рамках банкетной программы;
- 10) агентское вознаграждение — 10–15% от суммы сметы мероприятия.

Праздничные и свадебные агентства предлагают молодоженам большой спектр услуг по организации торжества, что значительно облегчает предсвадебную под-

готовку виновникам события. Среди них: оформление места проведения свадьбы; заказ и оформление свадебного автомобиля и кортежа; организация выездной регистрации с оформлением места проведения; оформление свадебного букета и бутоньерок; оформление свадебных приглашений по индивидуальному заказу; помощь профессионального стилиста при выборе свадебных нарядов; организация профессиональной фото видеосъемки торжества; организация венчания; организация праздничного фейерверка и согласование его с городскими службами; организация музыкального оформления; подбор ресторана, по установленным заказчиком параметрам; приготовление и доставка свадебного торта и каравая; предоставление профессионального ведущего, а также артистов для торжества.

Чтобы создать действительно зрелищное и увлекательное для молодоженов и их гостей свадебное торжество, необходимо подробнейшим образом изучить специфические особенности в постановке, технологии, методике и организационных основах подготовки и проведении подобных мероприятий.

Важную роль при организации свадебного торжества играет выбор места проведения. Это могут быть различные городские площадки, рестораны, кафе, загородные базы отдыха, открытые парковые зоны, теплоходы и т.д. При выборе места необходимо учитывать следующие условия:

- 1) форма мероприятия;
- 2) количество приглашенных гостей;
- 3) интерьер помещения в целях соответствия концепции свадебного торжества;
- 4) ограничения в бюджете мероприятия.

Молодоженам зачастую хочется не просто посидеть в компании любящих родственников и близких друзей, но и создать атмосферу красочного, пышного торжества, так как впечатление после свадьбы будет сопровождать жениха и невесту на первых порах их совместной жизни. Ресторан — одно из лучших мест проведения свадебного торжества, так как не требует дополнительного оформления, имеет собственные технические возможности (экраны, свет, звук), богатый интерьер, красивую входную группу и места общего пользования и обслуживания. В этом случае необходимо учитывать, где будет проходить регистрация, и как гости будут добираться до места торжества. Вид изнутри — внешнее оформление ресторана играет немаловажную роль, от него зависит не только атмосфера на свадьбе, но и фотосессия. Необходимо знать, сколько залов у заведения, и сколько свадеб планируется проводить одновременно, так как каждая невеста хочет, чтобы это был только ее праздник и вряд ли с кем-то захочет его разделить. Также нужно уделить внимание кухне ресторана, важно знать какие кухни имеются в меню (необходимо искать ресторан, где более одной кухни в меню) в целях удовлетворения различных вкусов гостей.

Свадьба за городом имеет свои преимущества, это единственная возможность устроить спокойный праздник для молодоженов и гостей. Свадьба в городе всегда связана с пробками-переездами, ожиданием. А за городом можно избежать всего этого. К преимуществам загородной свадьбы относятся: наличие современных коттеджей, где можно разместить гостей для ночлега; банкетные залы, террасы; мини-зоопарки; пляжные зоны; банные комплексы с бильярдом; бассейны; номера для новобрачных.

Свадьба в парке — это формат свадьбы на свежем воздухе, уединенности и отсутствие посторонних глаз. Безусловно, проведение свадьбы в парке на природе обязывает позаботиться о многих технических сложностях, обеспечивающих комфорт всем. Свадьба обязательно проходит в шатре или под навесом,

дабы избежать таких природных явлений, как дождь и палящее солнце. В этом случае организаторам необходимо позаботиться о наличии электричества, о наличии мест общего пользования, доставке питания (как правило, этим занимаются выездные рестораны) и обслуживания, а также транспорт для гостей.

Одной из замечательных альтернатив традиционной свадьбе, является свадьба на теплоходе, которая может включать в себя все этапы традиционного свадебного дня. В самом деле, на теплоходе можно устроить выездную регистрацию брака, свадебную прогулку, свадебный банкет и даже свадебное путешествие. Причем все это на фоне сменяющихся друг друга красот городских достопримечательностей или живописных речных или морских просторов, а не в стенах ЗАГСа и ресторана.

Необходимо отметить. Что загородные свадьбы, свадьбы на открытом воздухе и теплоходе являются более затратными при планировании свадебного бюджета.

При составлении развлекательной части свадебного торжества необходимо использовать те концертные номера и конкурсы которые:

- соответствуют тематике мероприятия (например, если это гангстерская свадьба, номера и конкурсы должны соответствовать стилю);
- не противоречат эстетическим нормам и ценностям;
- способствуют получению эстетического наслаждения от восприятия программы;
- повышают настроение участникам действа.

При построении сценария свадебного торжества нужно учитываются следующие исходные данные: специфика места проведения; общее количество гостей; количество детей на празднике.

Еще несколько десятилетий назад молодожены сами занимались вопросами, связанными с организацией свадьбы и составлением сценария свадебного торжества. Сегодня профессиональные агентства предлагают оригинальные сценарии, выполненные по желаниям молодоженов, продумывают все моменты, связанные с оформлением зала, созданием декораций и обеспечивают музыкальное сопровождение конкурсов, предусмотренных в сценарии.

Успех реализации сценария свадьбы в большей мере зависит от гостей и ведущего. Последний зачастую и выступает автором свадебного сценария.

Хороший сценарий свадьбы должен быть рассчитан на количество приглашенных на свадьбу гостей и место проведения свадебного банкета, а также сезон года и формат самого торжества. От этого зависит присутствие в сценарии тех или иных конкурсов. Не менее важно учитывать национальные особенности, как молодой пары, так и гостей. Ведь далеко не все свадебные конкурсы одинаково могут быть восприняты в той или иной культуре, тогда как цель свадебного сценария — сделать праздник незабываемым и позитивным для всех гостей.

Свадебный сценарий — это не просто план действий ведущего, музыкантов, гостей и кейтеринг обслуживания. Как и любой иной сценарий праздника, он несет главную цель — развлекать гостей так, чтобы этот праздник остался в их памяти надолго. Сценарий свадьбы должен учитывать и возможное наличие интересных «реквизитов», таких, как шоколадный фонтан или фонтан для шампанского, свадебный салют или фейерверк.

Особенность сценария свадьбы еще и в том, чтобы основной акцент был сделан не просто на женихе и невесте, а на счастливом продолжении их семейных отношений после свадьбы. Поэтому, моралью всех свадебных конкурсов, реплик и шуток ведущего и гостей по возможности должны быть семейное счастье ново-



брачных. Эту идею довольно несложно закрепить в свадебных тостах и конкурсах, не забывая при этом о важнейшем значении музыкального сопровождения.

Подборка свадебной музыки и песен очень важен для создания нужной атмосферы и для правильного построения ритма праздника. И конечно, сценарий свадьбы не может не включать в себя такую традицию, как первый свадебный танец. Именно с первого танца молодоженов нужно открывать танцевальную программу вечера.

В каком бы стиле ни был выдержан сценарий свадьбы, необходимо чтобы все составляющие свадебного торжества были приняты во внимания и все сюжеты этого сценария были связаны между собой единой логической нитью, цельной сюжетной линией.

Современная российская свадьба — это смесь народных обычаев, церковных традиций, диктуемых сегодняшним днем модных новшеств и обрядов, привнесенных из других стран и культур. Как видно из вышеизложенного, процесс организации свадебного торжества, это совместный труд профессионалов, основанный на пожеланиях молодоженов и их родителей, где учитывается каждая деталь и мелочь. Так как это событие остается с супружеской парой навсегда в фотографиях и семейном видео. Однако, хочется отметить, что при подготовке современных свадеб, учитываются не столько традиции, сколько коммерческий подход со стороны организаторов. Сегодня свадьба один из источников дохода современной индустрии развлечений, где с каждым днем молодоженам предлагается огромное количество услуг, не имеющих ничего общего с традиционной обрядовой культурой.

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

*А.А. Куликова*

*ФГБОУ ВПО «Тобольский педагогический институт  
имени Д.И. Менделеева»,*

*филиал Тюменского государственного университета в г.Тобольске*

**Аннотация.** *Статья посвящена актуальным проблемам развития регионального туризма в Тюменской области. Тюменская область является одним из наиболее перспективных регионов. На территории области находится множество объектов историко-культурного наследия, а также множество объектов природно-ландшафтного фонда, которые формируют уникальный комплекс рекреационных ресурсов. Таким образом, развитие туризма и туристической инфраструктуры в регионе является достаточно перспективным и рентабельным.*

**Ключевые слова:** *туризм, регион, стратегия развития, потенциал, туристический объект.*

**Annotation.** *The article is devoted to actual problems of development of regional tourism in the Tyumen region. Tyumen region is one of the most promising regions. The region is full of historical and cultural heritage, as well as many objects of natural landscape Fund, which form a unique complex of recreational resources. Thus, the development of tourism and tourism infrastructure in the region is quite promising and profitable.*

**Keywords:** *tourism, the region's development strategy, the potential tourist site.*

Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, новыми ощущениями, впечатлениями и удовольствием. Он прочно вошел в жизнь человека, с его естественным стремлением открыть и познать неизведанные края, памятники природы истории и культуры, обычаи и традиции разных народов. Известно, что туризм является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающейся отраслей экономики.

В сфере туризма занят каждый десятый работник в мире. На его долю приходится 7% от общего объема инвестиций, 11% мировых потребительских доходов, 5% всех налоговых поступлений и треть мировой торговли услугами. Туризм оказывает огромное влияние на такие многие ключевые секторы хозяйства, выступая катализатором социально-экономического развития [7, с. 112].

Говоря о смысле значения термина «социальный институт» мы подразумеваем одну из основных составляющих современного общества. В нашем понимании туризм как социальный институт имеет несколько основных составляющих. В первую очередь, это экономический аспект туризма. Затем собственно социальный аспект, который оказывает влияние на облик общества страны. Нельзя не учитывать также социокультурный аспект: в частности, развитие внутреннего и внешнего туризма стимулирует интерес к прошлому своей страны, к ее культурным и историческим достижениям. После формирования ЕС туризм как социальный институт приобрел большую значимость, потому что теперь институт рекреации является одним из инструментов формирования нового информационного общемирового общества [3, с. 4].

При рассмотрении перспектив Российской Федерации в качестве туристического центра, специалисты ВТО выделили несколько факторов развития: установление политической стабильности, экономический рост. Привлекательность предлагаемого туристического продукта в России постоянно растет. Наша страна планомерно придет к лидирующим позициям в этом сегменте рынка, при определенных условиях, а именно: нормализации цен на услуги, развитии инфраструктуры и взвешенной маркетинговой политики на различных уровнях управления индустрии туризма. Представляется, что туристический бизнес в России можно и нужно развивать, учитывая рекреационные ресурсы нашей страны, что будет довольно доходной статьей в бюджете. Необходимо работать над ценовой политикой, усовершенствованием обслуживания [7, с. 208].

Федеральное агентство по туризму на заседании правительства РФ представило стратегию развития туризма в Российской Федерации до 2015 года, в которой предполагается улучшить туристическую инфраструктуру и увеличить туристические потоки — как внутренние, так и въездные, а также усовершенствовать правовое регулирование в сфере туризма [2].

Действительно, на сегодняшний день можно отметить рост качества услуг на туристском рынке, повышается качество подготовки сотрудников сферы обслуживания, открыто несколько приоритетных направлений внутреннего туризма, но, несомненно, предстоит еще много работы по данному направлению.

В развитии внутреннего туризма делается ставка на доступность туристических объектов именно для среднего класса, а следовательно, есть возможность повысить занятость и уровень жизни населения принимающих регионов.

На данный момент, почти все регионы участвуют в развитии туристических объектов, разработано более 60 региональных программ развития [1].

Внутренний туризм как по доходности для бизнеса, так и по доходам в казну, действительно очень перспективное направление. К 2015 г. ожидается по про-

гнозам, что внутренний туристический поток возрастет до 37–38 млн человек, в том числе и благодаря реализации развития новых направлений туризма.

Внутренний туризм динамично развивается и оказывает влияние на многие смежные секторы экономической деятельности — от промышленного производства до сельского хозяйства, включая транспортные коммуникации, гостиничное хозяйство, общественное питание и пр. [5, с. 179].

Влияние развития туризма на экономику страны или конкретного региона играет значительную роль в решении социально-экономических вопросов. При развитии туризма возможно решить ряд проблем, таких как повышение уровня образования, улучшение системы медицинского обслуживания, внедрению новых средств коммуникации, что обусловлено социально-экономическими процессами, протекающими на территории различных регионов при взаимодействии с природно-эколого-климатическими условиями. Поэтому в последние годы очевидна растущая значимость развития экономики регионального туризма и улучшения социального климата [3, с. 12].

В настоящее время Тюменская область обладает достаточно большим туристским потенциалом, а также объективными предпосылками для его развития, особенно в части делового, историко-познавательного, санаторно-курортного и охотничье-рыболовного туризма.

Регион располагает туристскими брендами российского и мирового значения — Романовы, Распутин, Транссиб, золото скифов, арийские племена, декабристы и др. Однако данный потенциал используются неэффективно.

В настоящее время туристские культурные ресурсы области (с автономными округами) характеризуется показателями, заметно превосходящими среднероссийские значения.

Туристские культурные ресурсы включают: более 1000 объектов истории, культуры и досуга, в том числе 28 музеев, 4 театра; 764 учреждений культуры и досуга; 2107 спортивных сооружений, сотни археологических памятников и др.

По числу объектов, составляющих туристские культурные ресурсы, Тюменская область входит в первые семь регионов России и сопоставима с рядом развитых стран, таких как Канада, Норвегия, Германия и др. [5, с. 52].

Пакет культурных ресурсов обеспечивает конкурентоспособность туристской индустрии области, хотя в регионах Сибири эксплуатируются примерно такой же пакет историко-культурных тем и ресурсов. Конкурентоспособность Тюменской области будет определяться наличием проектов культурного туризма, максимально активно использующих данные культурные ресурсы в современной технологической «упаковке» [4, с. 273].

На сегодня, за исключением Тобольска и Тюмени, ряд памятников не доведены даже до экспозиционного состояния, не выстроена интерпретация культурных ресурсов для целей туризма, отсутствует событийный инструментарий (менеджмент региональных и общероссийских событий на основе данных культурных ресурсов). Фактически отсутствует позиционирование данных памятников среди платежеспособных целевых групп, а не только в рамках образовательно-познавательного осмотра.

В целом можно заключить, что культурные ресурсы области не имеют современной технологической оболочки для целей туризма. Историко-культурный ресурс в Тобольске наличествует, но он не включен в туристические технологии [5, с. 72].

Центрами культуры и развлечений являются города — опорные центры области: Тюмень и Тобольск. Фактически, Тобольск, Тюмень и Сургут конкурируют на

рынке развлечений и досуга. По оценкам туроператоров Тюменской области, до 90% экскурсионных маршрутов сосредоточено на направлении Тюмень-Тобольск.

При этом существует бесспорный приоритет Тобольска в качестве потенциального духовного и культурного центра Западной Сибири. Тобольск связан с жизнью и деятельностью многих выдающихся лиц российской истории. Город имеет все предпосылки для организации туризма, здесь находится множество памятников истории и культуры, такой концентрации памятников не имеет ни один из городов Урало-Сибирского региона [6].

Туристский комплекс г. Тобольска в настоящее время представлен Тобольским музеем-заповедником, несколькими туристскими фирмами, которые в основном занимаются приемом экскурсий и туристов с полным или частичным обслуживанием, принятием туристских поездов и проходящих теплоходов.

Тобольский музей является одним из старейших музеев Сибири. Музей расширяет свою деятельность, вводя новые объекты показа: Музей истории духовной культуры Западной Сибири, Музей книги, Детский учебно-методический центр, Кабинет-музей Николая II, Художественный музей, Дворец наместника, Рентгерея. В городе действует станция юных туристов, которая занимается организацией досуга детей и подростков.

В туристических агентствах занято порядка 50 человек. Для размещения туристов используются существующие в настоящее время гостиницы, но в основном город посещают экскурсанты, которые обходятся без ночлега. Город занимает позицию транзитного населенного пункта.

Генеральным планом Тобольска намечается развитие туристского сервиса и расширение спектра туристско-рекреационных услуг. В связи с этим прогнозируется и общий рост туристского потока, и продолжительность пребывания экскурсантов. Таким образом, произойдет увеличение численности занятых в туристских организациях, сформируется дополнительный импульс развития городской сферы обслуживания.

Тобольск — единственный город на территории области, в котором может быть сделана ставка на религиозно-культурную составляющую как важный фактор городского развития.

Географическое положение Тюменской области, расположенной в пределах Западно-Сибирской равнины, в основном в междуречье Тобола и Ишима, в лесостепной и степной природных зонах, благоприятно для развития туризма.

Отдых в санаториях и охотничье-рыболовный туризм обслуживают региональный спрос, не являются специализацией туристской индустрии Тюменской области на рынке РФ, но служат важнейшими дополнительными факторами конкурентоспособности тюменской туристской индустрии.[6].

Поток туристов, доходы и занятость в туристской индустрии не соответствуют потенциалу, что объясняется отсутствием до настоящего времени системной организованной работы по формированию конкурентоспособной туристской индустрии и туристского кластера. Темпы роста отрасли за два последние года составили менее 8% в год, данный показатель ниже среднероссийского (10%). Такая ситуация в перспективе может привести к нарастанию отставания области от регионов-лидеров туризма.

В целом по Тюменскому региону имеется тенденция развития туристического бизнеса, что в первую очередь связано с поддержкой Правительства Тюменской области, оказываемой развитию сферы туризма. Но при этом остаются проблемы, которые постепенно решаются. И если природно-климатические условия Тюменской области не позволяют делать ставку на курортный вид туризма, то

для развития историко-познавательного, событийного, этнического, охотничье-рыболовного, спортивного и других видов туризма создаются все предпосылки. Принимая во внимание, что Тюменская область является одним из самых экономически благоприятных регионов России, в том числе по уровню дохода населения, имеет смысл ориентировать разработку туров, социально-культурных программ, событийных мероприятий на предпочтения имеющихся больших социальных групп экономически активного населения области, благодаря чему возможно больший приток денежных средств в туристическую индустрию, а, следовательно, рост ее социально-экономических показателей.

#### *Литература*

1. Интурмаркет 2016. Международная туристская выставка >> <http://www.itmexpo.ru/rr/Urals-Federal-District/Tyumen-region/>
2. Министерство культуры РФ. Федеральное агентство по туризму. Официальный сайт. Стратегия развития туризма в Российской Федерации в период до 2020 года >> [http://www.russiatourism.ru/data/File/news\\_file/2014/Стратегия%20развития%20туризма%20в%20РФ%20на%20период%20до%202012%20года%20Распоряжение%20Правительства%20РФ%20от%2021.05.2014%20№%20941-р.р.pdf](http://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/Стратегия%20развития%20туризма%20в%20РФ%20на%20период%20до%202012%20года%20Распоряжение%20Правительства%20РФ%20от%2021.05.2014%20№%20941-р.р.pdf)
3. Осауленко А.П. Туризм как социальный институт: автореф. дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.04 / А.П. Осауленко; Рос. акад. наук, Ин-т соц.-полит. исслед. — М., 2003. — 50 с.
4. Регионы России. Основные характеристики субъектов РФ. 2012. Статистический сборник / Росстат. — М., 2012. — 671 с.
5. Акулич Е.М. Состояние и перспективы развития туризма на базе историко-культурного наследия: учеб. пособие. — Тюмень: РИЦ ТГАКИ, 2009. — 116 с.
6. Тобольск — Туристические ресурсы Тюменской области >> <http://w-siberia.ru/turto/area/tobolsk.htm>
7. Экономика и организация туризма: международный туризм: учеб. пособие / Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса. — Москва: Кнорус, 2012. — 565 с.

## МУЗЕЙНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ С.И. ЩУКИНА И И.А. МОРОЗОВА В КОНТЕКСТЕ РОССИЙСКО-ФРАНЦУЗСКИХ КУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ

*В.Н. Шапалов*

*Тюменский филиал РАНХиГС при Президенте Российской Федерации*

На рубеже веков самобытная русская культура переживала своего рода интеллектуальный и художественный ренессанс, когда дух переоценки всех ценностей, поиски нового захватили передовые слои общества. События в художественной жизни происходили с ошеломительной интенсивностью, перемены становились все более решительными. С поразительной быстротой разрушались не только официальные догмы господствующей ранее академической эстетики, но также переживали кризис некогда передовые традиции русского передвижничества. В России наступила пора «серебряного века». В этой атмосфере свободных взглядов, дерзостных замыслов и необычайно широких идей формировались взгляды многих будущих деятелей культуры и искусства. Сближение русской культуры с западной становится частью мирового глобального интеграционного процесса, ведущего к размыванию границ национальных школ. Все эти

перемены привели к тому, что «именно тогда возникло если не единое, то связанное кровообращение России и Запада» [1, с. 188]. Несмотря на то, что значительная часть публики и коллекционеров сохраняли интерес к консервативному салонному искусству, становилось очевидным, что самые активные позиции внутри художественного процесса стала занимать современная западная живопись, которая перемещается в центр общественного внимания и даже просто входит в моду. При этом искусство Франции, которая на протяжении веков оставалась основным культурным ориентиром России, по-прежнему оставалось в центре внимания отечественных коллекционеров.

Игорь Грабарь образно заметил, что «истинное собирательство есть подлинное творчество» [2, с. 163]. В полной мере это определение относится к созидательной деятельности двух самых крупных собирателей дореволюционной России С.И. Щукина и И.А. Морозова.

С.И. Щукин (1854–1936) — «текстильный король» России был не единственным купцом — коллекционером, но счастливое сочетание знаний и проницательности вкуса, ума и, наконец, богатства, позволили ему создать одну из самых значительных коллекций XX века. Он умел «чувствовать» произведения искусства, обладал редким даром, который Пушкин образно назвал «чутьем изящного», осознавал уникальность приобретаемых картин, которые спустя некоторое время будут считаться шедеврами. С середины 1890-х годов он отказывается от коллекционирования картин русских художников и начинает последовательно и целенаправленно приобретать только произведения современных художников парижской школы.

Он от всей души поверил, что творчество этих художников равноценно тому, что было создано в искусстве прошедших веков. Коллекция представляла собой квинтэссенцию новейшей французской живописи, отражала безудержное увлечение собирателя наиболее острыми и спорными явлениями современного искусства. Художественный рост С.И. Щукина шел чрезвычайно быстрыми темпами, и страстная любовь к новому искусству органически выростала, сбрасывая путы старых привязанностей. Он прошел за десять — пятнадцать лет путь от коллекционирования салонных пейзажей Судковского к холстам Пикассо. Именно благодаря его удивительной проницательности мы можем видеть и наслаждаться всей палитрой нового французского искусства, картинами импрессионистов, постимпрессионистов и мастеров зарождающегося авангарда. Собрал самую лучшую за пределами Франции коллекцию работ Гогена, С.И. Щукин становится первым и самым горячим поклонником творчества Матисса, пропагандистом его творчества, которое можно охарактеризовать как «праздник и ликование красок». Это была дружба двух выдающихся личностей — художника и коллекционера. Щукин приобрел тридцать семь полотен художника, которые исчерпывающе раскрывают все грани и особенности раннего периода творчества художника. Мечта Матисса об искусстве, приносящем духовное успокоение, умиротворение души, отдых от трудов и забот, обретала реальную жизнь в московском доме Щукина.

Именно Матисс познакомил Сергея Щукина с Пабло Пикассо, когда тот был еще никому не известным нищим художником. Он купил у него два полотна, «заплатив за них очень высокую по тем временам цену, и с тех пор стал самым надежным заказчиком» [11, с. 49]. В период с 1908 по 1914 год Щукин был одним из основных покупателей его произведений, предвосхитив восторг потомков. В результате со щукинской коллекцией работ Пикассо, насчитывающей пятьдесят работ, не мог конкурировать ни один частный коллекционер — ни в

Европе, ни в Америке. Добавим, что первая картина Пикассо появилась во французском музее только в 1930 году.

В процессе комплектования своего собрания С.И. Щукин, как отмечают исследователи, всегда придерживался определенных принципов: «он ориентировался на специализацию своего музея на новейшие зарубежные художественные течения, на приобретение шедевров, на авангардные, поисковые работы и вместе с тем он уклонялся от коллекционирования политического плакатного искусства, самоповторов даже крупных мастеров (К. Моне) и салонных полотен» [8, с. 41].

Первым, кто попытался оценить десятилетний труд Щукина-коллекционера, был известный художественный критик и писатель Павел Муратов. Уже в 1908 г. он отмечал: «Картинная галерея Щукина в Москве принадлежит к числу замечательнейших русских художественных собраний. Уже давно она пользуется широкой известностью и справедливой славой среди художников и просвещенных друзей искусства. Мало того, эта галерея оказала самое решительное влияние на судьбу русской живописи в последние годы. Ей суждено было сделаться наиболее сильным проводником в России западных художественных течений...» [6, с. 116]. Другой современник, оценивая роль С.И. Щукина в создании коллекции авангардного искусства, подчеркивал: «Его собрание — это некий острейший экстракт французского искусства; впечатление получается более ярким и убедительным, чем в самом Париже, где оно затемняется целым рядом побочных явлений» [10, с. 121–122, 118].

Щукин был не только любителем, но и горячим пропагандистом нового искусства. Коллекционер дал возможность талантливой, ищущей художественной молодежи в России близко познакомиться с новейшей французской живописью, что способствовало развитию новых направлений в отечественном искусстве. Художник Л. О. Пастернак отмечал, что «регулярные, по воскресеньям, посещения большими группами публики, в особенности учащимися Училища живописи и других художественных школ... сопровождалась объяснениями самого хозяина и разрастались в курсы по истории «новых течений в искусстве» [7, с. 63]. С чуткостью и умением ощутить свою индивидуальность, передовые русские художники почти мгновенно аккумулировали в себе достижения европейского, только еще рождающегося авангарда.

Оценивая созидательную деятельность С.И. Щукина, отметим, что он искренне, всей душой был предан искусству, не рассматривал свою коллекцию как форму вложения капитала, неоднократно подчеркивал, что создал свое собрание для своей страны и для своего народа. Коллекционер считал, что знакомство с искусством должно быть общедоступным и бесплатным, что совершенно недопустима продажа за рубеж шедевров мировой живописи, находящихся в собраниях российских коллекционеров, необходимо упорство в популяризации новаторства и обеспечение свободы творческих поисков в искусстве.

Таким образом, он не просто собирал картины своих французских современников, но и воздействовал на формирование художественного вкуса XX века — как своей поддержкой великих новаторов Матисса и Пикассо, так и тем влиянием, какое его коллекция широко открытая для публики, оказывала на молодых живописцев русского авангарда.

Иван Абрамович Морозов (1871–1921) был одним из самых одаренных отечественных коллекционеров. Он подбирал произведения искусства осторожно, обстоятельно, тщательно обдумывая свой выбор, использует почти научный подход, но, в то же время, не торгуясь, покупал только то, к чему «лежит душа».

Всего за одиннадцать неполных лет И.А. Морозов собрал в своей галерее двести пятьдесят первоклассных картин французских живописцев, которая и по художественному достоинству, и по полноте не уступала коллекции С.И. Щукина, хотя имела несколько иной характер в подборе художников и жанрах произведений. Б. Терновец подчеркивал, что «стремление к объективности, к музейной полноте и равновесию было руководящим принципом Морозова. В приобретении он предпочитал ждать, чем спешить и ошибаться. Он не боялся вносить «коррективы» в свою коллекцию. Подчас произведения крупнейших художников возвращались продавцам, как негармонирующие с собранием или недостаточно характерно представляющие творчество художника» [10, с. 120].

Иван Абрамович очень любил Сезанна, мог подолгу созерцать его вещи, он очень тонко понимал, откуда художник шел, где были истоки его творчества, что он открыл в своем искусстве. В результате Морозов собрал уникальную коллекцию своего любимого живописца, в которую входили такие шедевры как «Девушка у пианино» и «Автопортрет в каскетке», «Натюрморт с драпировкой», «Персики и груши», лучший пейзаж «Гамар» «Гора Св. Виктории» и «Голубой пейзаж» и другие.

В его коллекции были произведения художников, мимо которых прошел С. Щукин, например, члены группы «Наби» («Пророки»). Эти одаренные и тонкие стилисты, воодушевленные наивными и возвышенными идеалами, поборники изысканной живописи, немало способствовали укреплению пластического языка времени ар нуво. И. Морозов стал главным патроном одного из членов этой группы — Пьера Боннара. В его коллекции было тринадцать его работ, включая триптих «Средиземное море» и два панно «Осень. Сбор плодов» и «Ранней весной в деревне», которые стали подлинным украшением вестибюля особняка коллекционера.

Со временем их галереи стали не столько отражать, сколько активно формировать идею о главенстве французских мастеров в европейском искусстве нового века, об их ведущей роли в смене различных художественных направлений.

Людей, разделявших взгляды Щукина и Морозова, способных понять новейшую французскую живопись, были единицы. В этой современной живописи общество находило подрыв реалистических традиций русского искусства. Сейчас сложно представить, какой резонанс в консервативном обществе рубежа веков вызвали картины из собраний Щукина и Морозова. Они шокировали зрителей и расценивались ими как вещи «некрасивые», «недостойные», нарушающие эстетические и нравственные нормы из-за обнаженной душевной напряженности. При взгляде на них возникают образы и смысловые повороты, которые для обывателей представляются странными и неудобными. Это лишь акцентирует внимание на том несомненном факте, что, во-первых, специфика русской национальной художественной школы способствовала ее изоляционизму, во-вторых, появление коллекций авангардной живописи в России возникло на фоне настолько более традиционном, чем на Западе, что их восприятие основной частью зрителей было куда более сенсационным и болезненным. Коллекции Щукина и Морозова противоречили устоявшемуся общественному мнению не только в силу новизны живописной техники, но и в силу своего совершенно иного отношения к миру. То, что казалось обществу чудачеством и эпатажем, коллекционеры принимали как неизбежный и закономерный итог развития европейского искусства.

Безусловно, Россия не была закалена художественными сенсациями, как та же Франция. Но нельзя не отметить, что и во Франции в это время творчество импрессионистов и постимпрессионистов все еще отвергалось официальными кру-



гами. Так, в 1897 г. французское правительство отказалось принять в дар собрание картин импрессионистов, принадлежащее коллекционеру Гюставу Кайботту.

Бессмысленно задаваться вопросом, чья коллекция была лучшей — С.И. Щукина или И.А. Морозова. Щукин был горячим пропагандистом нового западного искусства и, дав возможность близко, досконально познакомиться с ним талантливой, ищущей художественной молодежи России, способствовал развитию новых направлений, новых форм в отечественном искусстве.

И.А. Морозов целенаправленно формировал свою коллекцию, превращая ее постепенно в музей, заранее обдумывал, какой работой представит каждого художника и где ее повесит. С.И. Щукин впивался в вещь, заставлявшую его испытывать «нервный трепет» и возбуждение. Морозов противопоставил щукинской импульсивности системность, действовал трезво и четко, ибо прекрасно знал, что ему нужно. По своим эстетическим вкусам Морозов был проще, более стандартен, традиционен, чем Щукин, в нем не было поразительного щукинского чутья к новому, непревычному, обгоняющему время искусству. Но тем не менее, они так и вошли в историю парой: Щукин — Морозов. Приобретения обоих меценатов как бы дополняли друг друга, помогая полнее представить того или иного художника, его опыт и искания. Несмотря на разницу в мировоззрении, темпераменте, психологии собирательства, они были бесконечно преданы своему увлечению, без которого не мыслили свою жизнь.

Обладая удивительной интеллектуальной смелостью и интуицией, они собрали уникальные коллекции — от трепетно-эфимерного импрессионизма до рационального кубизма, которые отличались не только количеством и качеством сосредоточенных в ней произведений, но и их тесной взаимосвязью, органическим единством. Оба собрания в совокупности с большой полнотой и разнообразием отражают важный этап развития мирового искусства. Без преувеличения можно утверждать, что ими было собрано самое яркое и самое сильное из того, что создано современностью. Как очень точно отметила английская исследовательница Беверли Кин: «Эти два купца не просто собирали картины. Своим предвидением, полной уверенностью и волей продолжать начатое дело, несмотря на всю оппозицию, они создали силу, которая переменяла лицо русского искусства» [3, с. 128]. Развивая данное положение, подчеркнем, что С. Щукин и И. Морозов, составляющие коллекции картин самых радикальных французских мастеров, С. Дягилев с его «Русскими сезонами», во многом способствовали переменам в «культурной геополитике» России.

Современник отмечал, что «благодаря наличию в Москве исключительно богатых собраний нового французского искусства, мы знали это искусство едва ли не ближе, чем кто-либо другой в Европе. Вследствие частого российского паломничества в Париж, последний стал для нашей молодежи той Меккой, которой раньше был Рим» [12, с. 138]. Их галереи стали не столько отражать, сколько активно формировать идею о главенстве французских мастеров в европейском художественных делах наступившего XX века, об их ведущей роли в смене различных художественных направлений. «Семнадцать морозовских «Сезаннов», шестнадцать щукинских «Гогенов», несколько десятков его же «Матиссов» и «Пикассо» и сколько еще первоклассных образцов живописи Ван Гога, импрессионистов «набибов» и некоторых других художников — такова была необычайная (по мерке даже французских собраний) сила аргументации в пользу художественного авторитета Франции» [9, с. 125].

Эти частные собрания во многих отношениях значительно сильнее влияли на художественную атмосферу, чем специальные журналы, заведомо расчи-

танные на общественное воздействие своих новых эстетических идей, своих творческих программ.

После революции Декретом Совнаркома РСФСР от 10 ноября 1918 г. было национализировано сначала Щукинское собрание, а затем и Морозовское.

В 1928 г. было принято окончательное решение Наркомпросом об объединении в одном здании обоих отделений Государственного Музея Нового Западного искусства в бывшем морозовском особняке на Пречистенке, что, безусловно, позволяло систематически и планомерно разворачивать картину истории нового западного искусства. Кажется невероятным, что тогда под одной крышей находилось сразу 19 работ Клода Моне, 11 — Ренуара, 29 — Гогена, 26 — Сезанна, 10 — Ван Гога, 9 — Дега; 14 — Боннара, 22 — Дерена, 53 — Матисса и 54 — Пикассо [8, с. 291].

В 1948 г., в разгар борьбы с космополитизмом, формализмом и низкопоклонством перед гнилым Западом, Сталин подписывает секретное правительственное постановление о ликвидации музея: «ГМНЗИ содержит в своих коллекциях преимущественно безыдейные, антинародные <...> произведения западноевропейского буржуазного искусства <...>. Формалистические коллекции, принадлежащие ГМНЗИ, закупленные в странах Западной Европы в к. XIX — н. XX вв., явились рассадником формалистических взглядов и низкопоклонства перед упадочной буржуазной культурой эпохи империализма и нанесли большой вред развитию русского и советского искусства <...>» [4, с. 291]. Разумеется, ГМНЗИ ликвидировали как главный «рассадник формалистических взглядов» и того самого «низкопоклонства перед упадочной буржуазной культурой эпохи империализма».

После раздела коллекций новое французское искусство на протяжении десятилетий все равно было недоступно зрителю. Хранитель отдела французской живописи XIX—XX вв. Эрмитажа Альберт Григорьевич Костеневич подчеркивал, что «выставлять «новое западное» граничило с самоубийством» [5, с.61].

#### *Литература*

1. Герман М. Модернизм Искусство первой половины XX века. — СПб.: Азбука — классика, 2003 — 480 с.
2. Грабарь И. Глаз // Среди коллекционеров. — М.: Среди коллекционеров, 1921. — № 3. — С. 3—5.
3. Думова Н. Московские меценаты. — М.: Молодая гвардия, 1992. — 333 с.
4. Костеневич А. Г. Русские собиратели французской живописи. Два клана // Морозов и Щукин — русские коллекционеры. От Моне до Пикассо. Каталог выставки. Музей Фолькванг, Эссен. Государственный музей изобразительных искусств им. А. С. Пушкина. Москва. Эрмитаж. — Санкт-Петербург, 1994. — С. 37—137.
5. Костеневич А.Г. Искусство Франции: 1860—1950 гг.: живопись, рис., скульптура. — СПб., Издательство Гос. Эрмитажа. — Т. 1. — 2008. — 531 с.
6. Муратов П. Щукинская галерея: Очерк из истории новейшей живописи // Русская мысль. — 1908. — № 8. — С. 115—126.
7. Пастернак Л. О. Записи разных лет. — М.: 1975. — 288 с.
8. Семенова Н. Московские коллекционеры: С. И. Щукин, И. А. Морозов, И. С. Остроухов: Три судьбы, три истории увлечений М.: 2010. — 403с.
9. Стернин Г.Ю. Художественная жизнь России 1900—1910-х годов. — М., 1899. — 285 с.
10. Терновец Б.Н Письма. Дневники. Статьи. — М., 1977. — 360 с.
11. Тугендхольд Я.А. Первый музей новой западной живописи. Б. собрание С.И. Щукина — М., Пг.: «Творчество», 1923. — 148 с.
12. Тугендхольд Я.А. Из истории западноевропейского, русского и советского искусства. Избранные статьи и очерки. — М., 1987. — 320 с.

## МИР SELFIE: К ВОПРОСУ ОБ АКТУАЛЬНОСТИ

А.А. Нищак

*Челябинская государственная академия культуры и искусств*

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены проблемы актуальности и популярности такого феномена нашей культуры как selfie. Проанализированы исследования, которые были проведены американскими учеными в области феномена selfie. Показано, какую роль selfie играет в современном обществе, а так же какое влияние оказывает на людей. Выявлено, что selfie — это стиль жизни и образ мысли.

**Annotation.** At this article the problems of actuality and popularity of such our cultural phenomenon as selfie. The researches which were conducted by american scientists at the field of selfie were analysed. The role of selfie in modern society and the influence of selfie on people are showed. It's revealed that selfie is the style and the way of thinking.

Мы живем в эпоху selfie — пожалуй, так можно охарактеризовать современность. Новый век принес нам не только ультрасовременные гаджеты, но вместе с ними и моду на создание фотографий с помощью фронтальных камер смартфонов.

Selfie (от слова «self» — сам, себя) — разновидность автопортрета, заключающаяся в запечатлении самого себя на фотокамеру, иногда при помощи зеркала или палки для selfie. Термин приобрел известность в конце 2000-х — начале 2010-х годов благодаря развитию встроенных функций фотоаппарата мобильных устройств.[1] Поскольку selfie чаще всего выполняется с расстояния вытянутой руки, держащей аппарат, изображение на фото имеет характерный ракурс и композицию — под углом, чуть выше или ниже головы.

В декабре 2012 года журнал Time отметил, что слово «selfie» вошло в «Топ-10 модных словечек» 2012 года. Хотя selfie существовало в течение многих лет, однако именно в 2012 году этот термин действительно стал хитом своего времени [1].

К 2013 году слово «selfie» стало достаточно распространенным для того, чтобы быть включенным в Оксфордский онлайн-словарь английского языка. В ноябре 2013 года слово «selfie» было объявлено как «слово года» в Оксфордском словаре английского языка, которое официально стало считаться австралийским по происхождению [1].

Будучи популярным среди молодежи, selfie стало популярным и среди взрослых, в частности — Папа римский Франциск выкладывает для своей 60-миллионной интернет-аудитории self-фото, на которых он запечатлен с посетителями Ватикана.

На 86-й церемонии вручения кинопремии Оскар актриса и ведущая церемонии Эллен Дедженерес вместе с актером Бредли Купером сняли selfie, на котором они запечатлены в компании многих звезд Голливуда. Фото побило рекорд популярности в Твиттере. 11 июня 2014 года премьер-министр РФ Дмитрий Медведев в социальной сети Instagram выложил свое selfie, снятое по многочисленным просьбам его подписчиков. Так же в 2013 году художник Патрик Спеккио совместно с Нью-Йоркским музеем современного искусства представил выставку под названием «Art in Translation: Selfie, The 20/20 Experience», на которой зрители использовали предоставленный цифровой фотоаппарат, чтобы сделать фотографии себя в большом зеркале.

Интересно, что, несмотря на набирающую обороты моду на selfie (по прогнозу Yahoo в течение только одного года количество фотографий с хэштегом

Selfie в Instagram может увеличиться в два раза), несмотря на то, что selfie уже стал полноправным феноменом актуальной культуры (число стартапов, эксплуатирующих потребность пользователей делать мобильные автопортреты, измеряется уже десятками), его культурологическое осмысление лишь набирает обороты и преимущественно в США.

«Selfie» — это не просто вид фотографий или мейнстрим сезона, это целое социальное явление, престижность которого возрастает с каждым днем. Популярность таких фото объясняется тем, что у пользователей есть полный контроль над картинкой и свободный отбора хороших и не очень снимков. XXI век — это век активной коммуникации, но коммуникации все больше виртуальной: люди значительную часть времени общаются в социальных сетях и все меньше видятся вживую, не строят глубокие отношения и не привязываются друг к другу. Поэтому виртуальная самопрезентация (a selfie — это ее часть) становится чрезвычайно значимой, поскольку с selfie (удачное или нет, интересное или повседневное) — это повод для интернет-коммуникации, обсуждения, комментариев, выражения эмоций. Возможно, потребность в поводах такого рода связана с тем, что в реальной жизни их нет или почти нет. А selfie создают иллюзию наполненности событиями бытия — интересного, разнообразного, яркого, способного вызывать реакцию у окружающих.

Американские специалисты, которые, пожалуй, пока единственные занимаются изучением феномена selfie на научном уровне, полагают, что selfie — всего лишь новый уровень развития человеческого нарциссизма. Это технологическая эволюция естественной человеческой потребности, которую раньше мы просто воспринимали менее остро в силу отсутствия доступных каналов распространения информации [2].

Но природный нарциссизм — это слишком простое и недостаточное объяснение этого феномена. Если смотреть с точки зрения технологической революции и ее последствий для человеческого мозга, то интернет и мобильные телефоны кардинально изменили самоощущение и мышление фотографа. Сохранение памяти сменилось производством новостей про себя.

Проводились исследования, в которых ученые выяснили, что активные пользователи Instagram воспринимают ленту этой социальной сети как источник новостей.[5] Такой нарциссизм необходим среднестатистическому пользователю, чтобы о нем слышали и узнали.

Selfie — лишь удобная форма для этого, позволяющая быстро встроить себя в нескончаемый поток информации. Так же чрезмерное влечение к selfie обусловлено тем, что мы очень мало знаем и плохо понимаем собственное лицо. Selfie помогает нам редактировать свой образ так, чтобы соответствовать собственному восприятию [4].

Но selfie — это не только безобидное дитя времени. Множество людей погибают из-за того, что хотят сделать оригинальную фотографию самого себя. В 2015 году МВД России в специальной памятке написало о некоторых рисках selfie. В ней любителям экстремальных фото напоминали, что нельзя делать подобные снимки с оружием в руках, на железнодорожном транспорте, крышах зданий, мостах, за рулем автомобиля [1].

Также пристрастие фотографировать себя с помощью мобильного телефона признано психическим расстройством. К такому выводу пришла Американская психиатрическая ассоциация [6].

Новое заболевание определяется обсессивно-компульсивное расстройство, характеризующееся постоянным желанием фотографировать себя и выкладывать снимки в социальные сети, чтобы компенсировать отсутствие самоуважения.

Выделяют три уровня такого расстройства: первый — эпизодический, когда человек снимает себя не менее трех раз в день, но не выкладывает фотографии в социальные сети; второй — острый — человек фотографирует себя не менее трех раз в день и «радует» других своими снимками в социальных сетях; третий — хронический — неконтролируемое желание снимать себя приводит к тому, что человек фотографируется не менее 6 раз в день и размещает свои снимки в сети Интернет [6].

Данные об активности в социальных сетях показывают, что еще два года назад такого перекоса в сторону личного в ущерб общественному не было. Фотографии с массовых мероприятий (спортивных соревнований, концертов, выборов) собирают на 20-25% меньше откликов и лайков, чем selfie звезд и просто популярных пользователей, мало известных за пределами социальной сети. Еще заметнее этот тренд в случае с информационными фотографиями крупных событий, катастроф, массовых акций — они в среднем собирают на 35-37% меньше лайков, чем те же selfie и просто повседневные человеческие портреты [3].

Бум selfie впервые наглядно показал, что личное становится для современного человека и в том числе интернет-пользователя важнее общественного. Измерения социальной активности пользователей в рамках других исследований подтверждают этот вывод. Концентрация на личной жизни и на себе, в том числе на своем быте, на своем окружении, на своих чувствах и на своем лице, определяет основную массу контента в социальных сетях.

Поэтому можно сказать, что selfie — это не просто фотография самого себя, выложенная в пространстве мировой паутины. Selfie — это образ мысли и стиль жизни.

#### *Литература*

1. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D0%BB%D1%84%D0%B8>
2. Clive Thompson. Smarter Than You Think: How Technology is changing Our Minds for the Better / C. Thompson. — New York, 2013.
3. Georgia Tech News Center. Face It: Instagram Pictures With Faces are More Popular [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.news.gatech.edu/2014/03/20/face-it-instagram-pictures-faces-are-more-popular>
4. James Kilner. Magazine Monitor. The science behind why we take selfies / J. Kilner [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/blogs-magazine-monitor-25763704>
5. Nicholas Carr. The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains / Nicholas Carr. New York, 2010. — 259 p.
6. Chicago, Illinois — The American Psychiatric Association (APA). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://adobochronicles.com/2014/03/31/american-psychiatric-association-makes-it-official-selfie-a-mental-disorder/>

## ОБРЯДОВЫЙ ПРАЗДНИК ПОСВЯЩЕНИЯ В СТУДЕНТЫ В ТВОРЧЕСКОМ ВУЗЕ (ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ)

*Е.А. Олейник*

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Хабаровский государственный институт искусств и культуры»*

**Аннотация.** *Данная статья посвящена специфическим особенностям обрядовых праздников для студенческой аудитории. Автор раскрывает цели,*

*традиции и формы подобных торжеств. На примере обрядового праздника Посвящение в студенты, организованном в Хабаровском государственном институте искусств и культуры, рассмотрены особенности обрядовой культуры в творческом вузе.*

**Annotation.** *This article is devoted to the specific features of ceremonial events for the students. The author reveals the purpose, traditions and forms of such kind of celebrations. Based on example of the student's initiation celebration organized in the Khabarovsk State Institute of Arts and Culture, the author describes the features of ritual culture in an institute of arts.*

Смена каждого жизненно важного этапа человеческой жизни (рождение, брак, материнство/отцовство, вхождение в определенную социальную среду и др.) сопровождается особыми церемониями — «обрядами перехода», основным моментом которых является прохождение испытаний и получение некоего «тайного» знания, наличие которого дает человеку возможность приобщиться к новому статусу. Все это — и прохождение испытаний и овладение знанием — составляет процесс инициации (посвящения).

В современном обществе обрядовая культура инициации затрагивает многие сферы общественной жизни: посвящение в трудовой коллектив, принятие присяги в армейской среде; среди школьников — церемонии посвящения в первокурсники, студийцы и т.д.

Особо интересны для исследования обряды посвящения среди молодежи (студенчества), так как они находятся в стадии постоянного поиска и эксперимента.

Студенчество, как отдельная субкультура, занимает особое, значимое место в современном обществе. В период студенчества перед человеком ставится важная задача самоопределения, формирования гражданской позиции, мировоззрения и идеологии. Естественно, что в этом процессе любое происходящее вокруг действие играет решающую роль. Так, на протяжении студенческих лет большое значение приобретают разного рода празднества, сопровождающие их обычаи и традиции. Таким образом, необходимость обрядового оформления студенческих праздников становится очевидной.

Из существующих на сегодняшний день студенческих обрядов можно выделить несколько основных.

Большое значение для формирования чувства коллективизма среди студенческой молодежи имеют обряды (чаще традиции), связанные с профессиональными праздниками, например, День театра (27 марта), День Медицинского работника (21 июня) и т.д. В вузах соответствующей направленности данные праздники находят глубокий эмоциональный отклик среди студенческой аудитории. Грамотно подготовленное обрядовое оформление торжества способствует формированию у молодежи чувства сопричастности и гордости за профессию.

Другим ярким примером обряда в студенческой среде служит торжественная церемония вручения дипломов выпускникам вузов. Каждое образовательное учреждение имеет собственные традиции празднования этого события и его обрядовой составляющей.

Но, самым первым, а потому и главным студенческим обрядом, безусловно, является посвящение в студенты, который в разных учреждениях включает в себя несколько основных этапов:

1. Посвящаемых в студенты пространственно выделяют из всего остального коллектива (салят на отдельные ряды в зрительном зале, выводят из зрительного зала в фойе и т.д.).

2. Посвящаемым предлагается выполнить задание (выпить/съесть какой-либо символический продукт, ответить на задаваемые вопросы, подготовить самопрезентацию в творческой форме и т.д.).

3. Посвящаемым предлагается выполнить обрядовое действие (произнести существующую в учреждении клятву, исполнить гимн студенчества/вуза/кафедры, принять от старшекурсников какой-либо символический предмет и т.д.).

4. Прошедшим посвящение молодым людям официально присваивается звание «студент». Подтверждением того, что инициация пройдена успешно, может служить получение студенческих билетов, повязанные галстуки с символикой ВУЗа/кафедры, проведение экскурсии по учебным аудиториям и пр.

Каждый вуз старается найти оригинальный подход к реализации вышеперечисленных этапов на практике.

ФГБОУ ВПО Хабаровский государственный институт искусств и культуры — не исключение. Более чем за 40-летнюю историю в институте сложились свои традиции празднования ведущего студенческого торжества.

Безусловно, главной специфической особенностью праздника является его целевая аудитория. ХГИИК — вуз творческий. Как и для других студентов институтов культуры нашей страны, для учащихся ХГИИК творчество, искусство и самовыражение являются не простыми увлечениями и хобби, а основой будущей профессии.

Очевидно, что профессиональная идентичность студентов творческих специальностей имеет свою специфику, обусловленную самобытностью профессий, связанных с художественной сферой, своеобразием профессиональной подготовки, а также индивидуально-личностными особенностями молодых людей, выбирающих творческую деятельность в качестве профессиональной.

В процессе обучения в художественном вузе развитие творческого Я студентов (представление о себе как субъекте художественно-творческой деятельности) носит ярко выраженную практическую направленность, благодаря которой студенты с первых месяцев обучения активно вовлекаются в творческую деятельность.

Характерной чертой праздника посвящения в студенты в ХГИИК является его семейственность. Совместные творческие проекты преподавателей и студентов различных направлений обучения (режиссура, хореография, музыкальное исполнительство, актерское мастерство и пр.) сближают творческий коллектив. Постоянная совместная репетиционная и постановочная деятельность способствуют созданию единого творческого «организма», для которого прибытие новых его элементов (праздник посвящения в студенты) становится знаковым событием.

Традиционно посвящение в студенты в ХГИИК организует и проводит выпускной курс кафедры «Режиссуры театрализованных представлений и праздников». В сценарии мероприятия всегда присутствует художественный прием, единой сюжетной нитью соединяющий сценическое действие.

В 2015 учебном году по задумке студентов жизнь института и кафедр («фракций») была представлена через художественный образ «Обители искусств» со своими хранителями — преподавателями, руководителями структурных подразделений, Верховным главнокомандующим в лице ректора ХГИИК С. Н. Скоринова.

Старшекурсники выступили в роли наставников. Студенты подготовили творческие номера, в которых рассказали о специфике выбранной профессии, поздравили и преподнесли поступающим символический подарок от кафедры.

С помощью студентов вторых курсов был организован обряд посвящения в студенты: в торжественной атмосфере старшекурсники передавали новичкам, сделанный своими руками символ «фракции» и произносили слова наставлений.

После чего зрители увидели ответные слова первокурсников. Каждое ответное слово подкреплялось вручением студенческих билетов и зачетных книжек.

В финале праздника поступающие произнесли клятву первокурсников и, уже «студенты», исполнили главный студенческий гимн «Гаудеамус».

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что современные студенческие обряды призваны служить, прежде всего, средством формирования ценностей и идеалов среди молодежи, формировать чувства сопричастности и гордости за профессию, коллективизма, воспитывать чувство патриотизма, а это значит, что игровая сторона обряда, хотя она и обязательна, не должна заслонять собой идейную направленность символического действия.

#### *Литература*

1. Гавриченко, О.В. Профессиональная идентичность студентов театрального вуза [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. научн. журн. — 2009. — № 4(6). — URL: <http://psystudy.ru>
2. Медик, В.А. Университетское студенчество: образ жизни и здоровье / В.А. Медик. — М., 2003.
3. Мухина, Н. Новые студенческие обряды [Электронный ресурс] // Наука и религия: электрон. научн. журн. — 1975. — №10. — URL: <http://ateismy.net>
4. Нагирняк Е. Новые обряды и праздники. — М., 1965.
5. Шумов, Э. Студенческие традиции // Современный городской фольклор / под редакцией А.Ф. Белоусова и др. — М., 2003.

## ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА ДЕТЕЙ В ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРАХ

*Ф.Х. Попова, О.В. Муравенкова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Торгово-развлекательные центры комплексного типа (ТРЦ) раскрыты в статье как многопрофильные организации. Они проявляют черты инициативно-предпринимательского и культурно-рекреативного характера.*

**Ключевые слова:** *торгово-развлекательный центр, семья, досуг, детский досуг, формы развлечений.*

**Annotation.** *Shopping centers such as complex (SEC) are disclosed in the article as a multidisciplinary organization. They exhibit characteristics of initiative, entrepreneurship and cultural-recreation character.*

**Keywords:** *shopping mall, family, leisure, children's leisure time, forms of entertainment.*

Модернизация общества привела к тому, что у современных людей изменились ценностные приоритеты, ритм жизни и ее уклад. Для демократического государства значим любой социальный институт, но важнейшим, базисом этого, однозначно, является семья.

Центр тяжести социально-культурной деятельности переносится на семейно-бытовую среду, создание благоприятной морально-психологической обстановки в ближайшем окружении каждого ребенка, подростка, взрослого. Прогресс позитивных тенденций развития общей досуговой ситуации приводит к снижению правонарушений, насыщению содержания досуга новыми, нетрадиционными формами, сближению семей, установлению более тесных дружеских отношений в социуме.



Среди распространенных на сегодняшний день объектов проведения досуга семьи можно выделить несколько основных сегментов: кинотеатры и кинотеатральные комплексы, музеи, театры и цирки, заведения общественного питания, аттракционы, специализированные развлекательные комплексы, торгово-развлекательные центры [1, с. 158].

В последнее время все большую популярность у семей с детьми приобретает такой вид досуга как посещение торгово-развлекательных центров. Это достаточно новый вид универсальных комплексов в России, которые сейчас повсеместно строятся, в то время как за рубежом они уже давно стали излюбленным местом проведения свободного времени всех горожан.

Один из первоклассных торговых центров, который можно назвать «раем для детей», да и не только — это Дубай Молл. Один из самых больших торгово-развлекательных центров мира был открыт в 2008 году в ОАЭ, его площадь составляет 1,2 млн. м<sup>2</sup>. Это действительно целое государство, отдельный мир развлечений, магазинов, аттракционов и увеселительных заведений.

Законодателем мод в сфере ритейла и развлечений являются США. Новейшие технологии в области развлечений сосредоточены в так называемых тематических парках. Крупнейший в Америке крытый семейный тематический парк CAMP SNOOPY находится в ТЦ Mall of America, расположенном недалеко от Миннеаполиса, штат Миннесота. На площади в 30 га помимо торговой части представлены 14-зальный кинотеатр AMC, боулинг и бильярд Jillian's, симулятор автогонок NASCAR, детская игровая площадка LEGO Imagination Center, подземный аквариум Underwater Adventures, а также различные кафе, рестораны и клубы [2].

Из года в год в российских городах растет число потребителей, которым выгодно, с учетом больших расстояний и дефицита свободного времени, покупать продукты, платить за услуги, посещать прачечную или парикмахерскую в одном месте. Нередко предпочтение отдается тому торговому центру, где можно отдохнуть всей семьей — сходить в кино, боулинг или посетить детский развлекательный комплекс. С постепенным увеличением доходов населения растет спрос на услуги в досугово-развлекательной сфере и приходит понимание того, что шопинг удобно совмещать с развлечениями [3].

Торгово-развлекательные центры комплексного типа (ТРЦ) — это многопрофильные организации инициативно-предпринимательского характера, представляющие собой многофункциональный объект, собравший под своей крышей, помимо торговых залов, магазинов, банков и ресторанов быстрого обслуживания, парк развлечений для детей, многозальный кинотеатр, ледовый каток, бассейн, аквапарк и т.д. [4, с. 177].

Современный торговый центр может представлять собой большой торгово-развлекательный комплекс — многоэтажное здание в стиле хай-тек, в котором кроме магазинов могут находиться также кафе, бары, казино, кинотеатр. Как правило, комплекс оборудован эскалаторами, снабжен парковкой для личного транспорта покупателей и расположен около станций метро и остановок общественного транспорта. Такой торгово-развлекательный комплекс может представлять собой образец сосредоточия современной массовой культуры. В России многие торговые комплексы появились в конце 1990-х — начале 2000-х гг. [5]. Современный торговый центр это не просто крупное предприятие торговли, обеспечивающее товарно-денежный обмен в условиях универсальности и комплексности места совершения покупок [6, с. 128].

Несмотря на то, что в Москве — крупнейшем российском мегаполисе — в развлечениях недостатка не было, открытие торгово-развлекательных центров стало событием. Затем торгово-развлекательные центры стали открываться в Санкт-Пе-

тербурге, Казани, Челябинске, Самаре, Нижнем Новгороде и ряде других российских городов. Развлекательные объекты в большинстве случаев являются «якорями» в торговых центрах, так как занимаемая ими площадь составляет значительную долю от общей площади комплекса. Кроме того многие досуговые объекты становятся «магнитами» и привлекают в торговый центр покупателей.

Основным форматом развлечений, представленным на российском рынке, являются кинотеатры (28%). Они занимают лидирующие позиции на протяжении нескольких лет. С развитием киноиндустрии усложняются и кинотеатры. Появляются форматы 3D и IMAX, 5D. В последнее время на рынок активно выходят детские развлекательные центры, сейчас на рынке их 12%. Такой формат развлечений может включать в себя мини-мастерские, театры, аттракционы и пр. Есть и такие уникальные проекты как «Мастерград» в городе Санкт-Петербург, где отображен мир реальных профессий, но адаптированный для детей. Активно стали развиваться игровые центры (12%), которые представлены такими сетями как HappyLion, CrazyPark, CrazyCity, GameZona и пр. Боулинг-клубы теряют свою актуальность, но все еще составляют значительную часть рынка (12%). Почти в каждом новом торговом центре открывается боулинг клуб [7].

На фоне жесткой конкуренции операторы торговых площадок постоянно ищут альтернативы, которые смогли бы удержать клиента в торговом центре. В связи с этим девелоперы стали обращать внимание на «детские зоны», так как они являются прямым гарантом того, что семейные пары, имеющие большой покупательский индекс, останутся в торговом центре на более длительное время, соответственно, сделают больше покупок.

Сегодня посещение торгового центра зачастую стало рассматриваться людьми уже не просто как поход за покупками, а как возможность приятного времяпрепровождения всей семьей. По оценкам социологов, каждая третья среднестатистическая семья, где супруги не превышают возраста 45 лет, выходные дни проводит в торгово-развлекательных центрах от 2 до 4 часов (особенно это касается холодного времени года). А если учесть, что именно молодые родители, имеющие детей в возрасте от 1 до 12 лет, являются самыми активными покупателями с большим количеством потребностей, становится понятно, почему сама атмосфера современных торговых центров нацелена на то, чтобы как можно дольше задержать эту категорию покупателей в магазине. Многие торговые комплексы стали позиционировать себя как семейные, что подразумевает под собой обязательное размещение здесь зоны для отдыха детей [5, с. 32].

Детские площадки — под ними мы понимаем аттракционы, игровые автоматы-симуляторы, детские комнаты, городки и т.д. Ниша практически свободна, отсюда стоит сделать вывод, что детские центры — наиболее перспективный бизнес, для ТЦ. Детские развлекательные центры — отличные приманки: туда ходят семьей, проводят длительное время, обязательно что-то приобретая. Сегодня в составе торговых комплексов стали появляться полноценные парки аттракционов, рассчитанные не только на самых маленьких детей, но и на молодежь. Появились ледовые катки, роллердромы, даже скейт-парки. В ближайшее время можно ожидать спрос на нестандартные развлекательные услуги [8].

Наличие детской зоны в торговом центре — это необходимость, — подтверждает советник по PR управляющей компании «Экс» Борис Майоров, одним из основных объектов которой является ТРК «Семья». Во-первых, наличие игровой зоны привлекает большое количество клиентов в комплекс. Например, игротеке PlayDay с удовольствием играют не только дети, но и взрослые. Во-вторых, это очень удобно. Место, где можно ненадолго оставить ребенка и спокойно совер-

шать покупки либо занять ребенка в дни школьных каникул. Многие родители знают, каково ходить с ребенком по магазинам [9].

В последнее время на рынок активно выходят детские развлекательные центры, по данным на начало апреля 2014 года на рынке их 13%. Такой формат развлечений может включать в себя детские площадки, мини-мастерские, театры, аттракционы и пр. В последние годы многие девелоперы торгово-развлекательных центров создают специализированные детские зоны в формате edutainment (education + entertainment), где совмещена образовательная и развлекательная функция. Первый подобный проект — город профессий «КидБург» — был реализован в рамках торгово-развлекательного комплекса «Гранд Каньон». Он открылся в Санкт-Петербурге в 2011 году и является частью пока единственного в своем роде проекта для детей — «Дивный Город», куда также входят театр, детская площадка с аттракционами, магазины для детей и прочие операторы. В 2014-2015 году ожидается открытие еще одного подобного образовательно-развлекательного проекта — «Миниполис» в ТРК «Европолис». Он будет представлять собой интерактивный тематический парк для детей от 4 лет, сочетающий в себе развлекательный и образовательный форматы [8].

По словам специалистов JonesLangLaSalle, в последнее время развлечения становятся похожими друг на друга, и возникает необходимость чего-то нового. Торговые центры помимо классического набора развлекательных операторов начали предлагать уникальные развлечения — колесо обозрения, башня падения, тематические детские парки развлечений. Руководитель отдела аналитики рынка торговой недвижимости, компании JonesLangLaSalle Олеся Черданцева говорит, что наличие развлекательной составляющей в составе арендаторов стало правилом для успешного ТЦ. Одно из перспективных направлений — включение образовательной составляющей. Один из примеров таких проектов — знаменитый Музей экспериментов Тома Тита в Стокгольме. В парке можно принять участие более чем в 600 экспериментах, которые рассказывают о физических и химических законах, окружающем мире. Концепция музея позволяет проводить занятия. Такие развлечения добавляют в проект социальной значимости и однозначно притягивают большее число посетителей, чем привычные игровые автоматы [10, с. 149].

Таким образом, изучив историю развития торгово-развлекательных центров и их специфику, было выявлено, что свое начало они берут на западе, и уровень развития и оснащенности передовыми технологиями значительно отличается от российского. В странах Европы и других преуспевающих странах мира торгово-развлекательные центры имеют хорошую структуру для организации досуга детей. Зарубежные комплексы оснащены просторными детскими площадками, где представлен весь спектр рекреационно-развивающих форм детского досуга.

Что касается российских торгово-развлекательных центров, здесь досуговая функция еще только на этапе развития. Для детей спектр услуг не так широк, как за рубежом. Но, несмотря на это, такая инновационная форма досуга у семей с детьми уже успела приобрести популярность среди россиян. Пока что, наиболее распространенными формами детского времяпрепровождения выступают кинотеатр, боулинг и игровые автоматы-симуляторы. С каждым днем вкусы и предпочтения людей нашего общества меняются, соответственно необходим и новый подход к досугу. Все больше для детей в торговых комплексах появляются такие виды развлечений как анимация, необычные игровые площадки, аттракционы, катки, аквапарки, мини зоопарки и многое другое. Все это привлекает еще большее количество посетителей в торгово-развлекательные центры и делает их излюбленным местом проведения досуга у семей с детьми.

*Литература*

1. Попова, Ф.Х. Семейно-досуговая функция торгово-развлекательных центров [Текст] / Ф.Х. Попова // Социум. Культура Личность. Досуг. — Тюмень: ТРИЦ ТГАКИИСТ, 2011. — С. 158–163.
2. Торгово-развлекательные центры и комплексы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/theory/2594/>
3. Торгово-развлекательные центры и комплексы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/theory/2594/>
4. Монастырская, М.В. Влияние инновационных технологий культурно-досуговой деятельности в условиях торгово-развлекательных центров комплексного типа на досуг населения [Текст] / М.В. Монастырская // Москва, 2007. — С. 174–187.
5. Шамая, К.Ю. Проект детского развлекательного комплекса [Текст] / К.Ю. Шамая // Международный славянский институт, 2014. — 32 с.
6. Рыжих, А.А. Потребительская трансформация образа торгового центра в социокультурном пространстве [Текст] / А.А. Рыжих // Политематический журнал научных публикаций «Дискуссия» № 2(20), 2012 — С. 125–131.
7. Рынок развлечений в торговых центрах Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://auction-house.ru/news\\_analytics/rynok-razvlechenij-v-torgovyh-centrah-sankt-peterburga/](http://auction-house.ru/news_analytics/rynok-razvlechenij-v-torgovyh-centrah-sankt-peterburga/)
8. Центр развлечений как бизнес [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.openbusiness.ru/html/dop/razvlekat.htm>
9. Классификация торговых центров: европейские стандарты [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.dvoretzky.ru/modules/myarticles/article.php?storyid=188>
10. Акатова, М.Ю. Торговые центры и новые форматы развлечений [Текст] / М.Ю. Акатова // Санкт-Петербург, 2011. — С. 147–150.

## ИЗУЧЕНИЕ МОТИВОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ, ВЛИЯЮЩИХ НА ВЫБОР СЕМЕЙНОГО ОТДЫХА И ТУРИЗМА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

*Л.Г. Скульмовская, Н.В. Сушкова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Понимание и использование мотивов и потребностей, влияющих на выбор семейного отдыха и туризма, могут стать залогом успешного продвижения туристского направления и разработки новых предложений в туризме. Изучив мотивы и потребности, можно выработать эффективные приемы для привлечения потенциальных туристов и воздействия на характер и объем туристского спроса.*

**Annotation.** *Understanding and using motifs and needs affecting the choice of family holiday and tourism can become a successful promotion of tourist destinations and the development of new proposals in the field of tourism. Having studied the motives and needs, you can develop effective techniques to attract potential tourists and the effects on the nature and scope of tourist demand.*

Государственная программа России «Культура и туризм на 2013–2020 гг.» определяет три основные стратегические задачи:

1) сохранение культурного и исторического наследия народа, обеспечение доступа граждан к культурным ценностям и участию в культурной жизни, реализация творческого потенциала нации;

2) повышение качества и доступности услуг в сфере внутреннего и международного туризма;

3) создание благоприятных условий для устойчивого развития культуры и туризма.

Одним из ожидаемых результатов реализации Государственной программы является инновационное развитие отраслей культуры и туризма [1]. Внимание к туризму объясняется признанием его в качестве важного фактора развития отдыха, рекреации, творчества, досуга, как отдельных социальных групп, так и социума в целом.

В отечественной и зарубежной литературе туризм рассматривают в контексте социологии мобильности П.А. Сорокина, который предложил модель общественной структуры, основанной на представлении об иерархизированном социально-стратифицированном пространстве. Поскольку индивид в социуме прикреплен системой координат, то этот факт не исключает его социальных передвижений [4].

П.А. Сорокин утверждал о влиянии мобильности на поведение и психологию человека, результатом чего выступает многообразие пластичности поведения людей. В процессе путешествия смена окружающих условий предлагает индивиду разнообразные комбинации ценностей, образов, материальных объектов, вызывающие особые чувства и мотивирующие к совершению определенных действий [3, с. 102].

Сферу туризма, как и многие сферы общественной жизни, можно исследовать с помощью методов сбора социологической информации. Например, О.В. Лысиковой [2, с. 62], было проведено масштабное социологическое исследование клиентов турфирм в нескольких городах России (N = 1277), по результатам которого было выявлено, что всего менее 7% респондентов выразили нежелание путешествовать больше и разнообразнее (туристы старшей возрастной группы). Однако для подавляющего большинства (85%) опыт в туризме является важным фактором дальнейших путешествий, и только для 13% — малозначимым. Исследование показало, что туристский опыт основывается на ряде нетуристских практик, таких, как телевидение, Интернет, журналистика, литература, фотография, образование, наука, политика, бизнес. Со значительным отрывом преобладают мнения о том, что туризм — это отдых, эмоциональная подзарядка, познание, общение. Примечательно, что туризм более чем в два раза чаще воспринимается как общение, по сравнению с физической активностью.

В ходе анкетного опроса респондентам было предложено ответить на вопрос об изменениях, произошедшим за последние годы в их туристской активности. Результаты опроса свидетельствуют о том, что российские туристы стали более уверенными в поездках; десятая часть туристов являются постоянными клиентами туристических фирм и лучше, чем прежде, знают свои права. Седьмая часть респондентов активно фотографируют в путешествиях; двенадцатая часть лучше владеет одним из иностранных языков. Получает распространение практика заказа туристических услуг по интернету (6,4%).

В исследовании О.В. Лысиковой особое внимание уделяется мотивационным факторам в принятии решения о путешествии. В частности, респондентам было предложено оценить по пятибалльной шкале степень важности причин, по которым они отправляются в туристические поездки. Большинство ответивших в качестве основных причин называют: получение новых впечатлений; смена обстановки; отдых от работы; наслаждение природой; расширение культурных познаний; оздоровление. К малозначимым причинам относятся такие, как решение деловых проблем; поиск романтических отношений; пребывание в одиночестве. В противоречивой динамике находятся причины туристических поездок — пребывание с семьей, с друзьями, занятия спортом.

Поскольку в качестве основной задачи семейной политики страны выступает укрепление института семьи, то для нас наиболее важным представляется развитие в регионе, прежде всего, семейного туризма. Как показывает анализ, наиболее сложные проблемы, характерные для современной семьи, — социально-экономические, к которым можно отнести проблемы, связанные с уровнем жизни семьи, ее бюджетом, удельным весом в структуре общества малообеспеченных семей, со специфическими потребностями многодетных и молодых семей, государственной системой материальной помощи. Не менее важными являются психологические проблемы, к которым относят совместные эмоциональные отношения, психологическую совместимость, привыкание супругов к изменившемуся образу жизни, к увлечениям друг друга.

На фоне нестабильной демографической ситуации в России политика в отношении семьи за последние годы стала основным направлением государственного регулирования. В связи с этим в современных условиях наблюдается рост значимости семейного отдыха, а одним из важных и перспективных видов туризма постепенно становится семейный туризм. С целью выявления туристских мотивов у молодых семей, проживающих в г. Нижневартовске, нами было проведено поисковое социологическое исследование (N=200), предметом которого стали факторы и принципы организации семейного отдыха и туризма в регионе.

На вопрос, что такое семья, были получены разнообразные ответы, однако суть их практически одинакова: семья — это «сплоченность, взаимопонимание и близость родных людей», это «единое целое», «место покоя», «стабильность», «защита», «общие быт и бюджет», «очаг» и «опора». Совместный отдых оказывает положительное влияние на отношения членов семьи только тогда, когда он хорошо продуман и организован, а это — перспективное поле деятельности для различных учреждений культуры и досуга, а также для туристских фирм, развивающих семейный туризм.

Тот факт, что большинство опрошенных отметили немаловажную роль совместного отдыха в укреплении семьи, свидетельствует о необходимости его качественной организации. Полученные в ходе опроса данные вызывают необходимость у соответствующих структур задуматься об увеличении количества мест в городе для проведения семейного отдыха, ведь семья — это важная форма организации личного быта и повседневной культуры.

Известно, что семья, ее формы и функции напрямую зависят от общества в целом, а также от уровня его культурного развития. Ответ на вопрос, как часто молодые семьи посещают культурно-досуговые мероприятия, организуемые учреждениями культуры, показал, что они это делают достаточно редко. Этот факт является свидетельством, что имеющиеся в городе учреждения культуры не ориентированы на семейный отдых или не предоставляют для семейных людей интересные мероприятия. Либо, вероятно, недостаточно рекламы и осведомленности о каких-либо мероприятиях, организуемых данными учреждениями непосредственно для молодых семей.

В процессе исследования было выявлено, что большинство респондентов получает моральное удовлетворение именно в семье — 72%. Семья, дом оказывают моральную поддержку молодым людям, однако 14% опрошенных этой поддержки не получают, еще такая же группа затруднилась с ответом. Можно предположить, что в данных семьях существуют определенные трудности, семья находится либо на грани развода, либо в ней уделяют незначительное внимание совместному времяпрепровождению, что негативно влияет на психологическую атмосферу в семье. Психологи утверждают, что отсутствие общения и общих интересов может привести к распаду семьи, в связи с этим необходимо помнить о создании полноценных мест отдыха и досуга для семей в целом.

Практически каждая семья северян летом стремится выехать на отдых в более теплые регионы. В совокупности 2/3 респондентов, проживающих в г. Нижневартовске, могут позволить себе достойные условия отдыха, и делают для этого все возможное. В целом можно утверждать, что значительное число опрошенных уделяет отдыху и туризму особое внимание и имеет достаточно средств на его проведение, что положительно влияет на деятельность туристских фирм по созданию региональных туристских продуктов для семейного отдыха.

Результаты исследования показали, что чаще всего целью путешествия семейных туристов выступают отдых и развлечения (68%), а также гостевые цели (64%) — респонденты имели возможность выбирать несколько вариантов ответов. Показатель отдыха с гостевыми целями высок, вероятно, по причине небольшого дохода молодых семей. Весьма незначительный процент — деловые цели (8%), познавательные (6%), паломничество и оздоровление (по 2% соответственно).

В процессе исследования респондентам было предложено сформировать идеальную модель семейного отдыха, в результате оказалось, что идеальными являются отдых и развлечения с гостевыми целями. Остальные варианты ответов не заслуживают особого внимания, так как получили наименьшее количество выбора (паломничество — 8%, спорт — 2%).

Респондентам было предложено указать места, учреждения культуры и досуга г. Нижневартовска, в которых можно интересно провести свободное время, получить качественные услуги. Среди них были названы турбазы — 46%, детские развлекательные центры («Малибу», «Остров сокровищ») — 13%, кинотеатры — 5%, дача — 2%. Ответы показали, что имеющиеся детские центры недостаточно привлекают молодые семьи, так как, вероятно, не имеют соответствующего уровня оснащенности для организации отдыха всей семьей. Как показал опрос, развлекательные центры города ориентированы либо исключительно на детей, либо — только на взрослых.

На вопрос о том, что нужно сделать для улучшения условий семейного отдыха в городе, были получены следующие ответы:

- 1) сделать доступными цены на услуги (28%);
- 2) создать семейные развлекательные центры (26%);
- 3) повысить людям зарплату (12%).

Далее в порядке ранжирования: благоустроить парк культуры для семейного отдыха (10%); построить аквапарк (8%); благоустроить городские пляжи (6%); ввести в эксплуатацию новые спортивные сооружения; построить бесплатные детские площадки; повысить комфортабельность имеющихся объектов рекреации (по 4% соответственно); обустроить турбазы для семейного отдыха; организовать бесплатный транспорт для выездов на турбазы; построить новые театры; обустроить велодорожки; рекламировать места для семейного отдыха; устраивать мероприятия для всей семьи; затруднились 10% ответивших, и 2% указали, что их все устраивает. Анализ предложений, высказанных респондентами, показал, что более четверти опрошенных внесли предложение о необходимости создания в г. Нижневартовске семейных развлекательных центров, и такой проект сейчас разрабатывается.

Ханты-Мансийский автономный округ — Югра относится к территориям с ограниченными туристскими ресурсами, где туризм и рекреация могут развиваться в зависимости от имеющихся потребностей в организации мест отдыха, прежде всего, по инициативе местных органов государственной власти. Между тем, высокие экономические показатели региона усиливают необходимость целенаправленной работы по приобретению репутации социально и культурно привлекательной территории, в том числе и для семейного туризма.

*Литература*

1. Государственная программа Российской Федерации «Культура и туризм» на 2013–2020 годы». — Режим доступа: URL: // <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения 10.10. 2015).
2. Лысикова О.В. Социологическая теория туризма: методологические основания и прикладные исследования // Экономика. Сервис. Туризм. Культура. (ЭСТК — 2015: сб. статей. — Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2015. — С. 59–66.
3. Сорокин П.А. Влияние мобильности на человеческое поведение и психологию // Мониторинг общественного мнения. — 2004. — № 2. — С. 102.
4. Сорокин П.А. Социальная мобильность. — М., 2005 (Sorokin P.A. Social Mobility. New York, 1927).

## О ХОРОШЕМ КИНО В КОНТЕКСТЕ ДОСУГА

*А.Н. Соколов*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В статье предпринята попытка определения критериев хорошего кино. Задача усложняется тем, что понятие хорошего является сугубо субъективным и не является универсальным, как и рекомендации по выбору фильма для просмотра на досуге. Широкий кругозор позволяет делать выбор самостоятельно, не опираясь на чье-либо мнение.*

**Annotation.** *The author attempts to outline the criteria of defining a good film. The task is complicated with the definition of good being not all-embracing but entirely subjective, as well as recommendations whether this or that film is worth watching at leisure. Wide scope allows making choices independently, despite anybody else's opinions.*

Рассуждать о кино можно долго.

Говорить о хорошем кино можно еще дольше.

А что такое хорошее кино? Какое оно? Для кого оно хорошее?

Не секрет, что сейчас кино — одна из самых достигаемых форм искусства. Достижимее только музыка. Ее сейчас слушают все. Или думают, что слушают. Но мы сейчас не об этом.

Почему я не использую прилагательное «доступная» применительно к кино как форме искусства? Ведь кино доступно. Да, в финансовом плане, доступно. Можно купить фильм, десять, тысячу фильмов в разных форматах и на нескольких видах носителей, то есть, обладать копией фильма, но доступным в плане восприятия он может так и не стать. Поэтому кино достижимо, но доступно не всегда. Тем не менее, просмотр кинофильмов является одним из самых популярных вариантов досуга.

Итак, какое кино можно считать хорошим? На этот вопрос может быть много ответов.

Хорошее кино — то, которое хочется посмотреть еще раз (в том числе, потому, что с первого раза непонятно).

Хорошее кино — то, которое хочется иметь в своей коллекции (чтобы пересматривать, и чтобы было не стыдно дать посмотреть другим).

Хорошее кино — то, с которым связаны какие-либо позитивные воспоминания (из детства, например).



Хорошее кино — фильм, снятый режиссером, который не снимает плохих фильмов (такие режиссеры есть, хоть их и немного).

Хорошее кино — фильм, в котором снимается актер, который не снимается в плохих фильмах (такие актеры тоже есть, и их тоже немного).

Хорошее кино — фильм, в котором снимается несколько хороших актеров (может преподнести любой сюрприз).

Хорошее кино — снятое по хорошему материалу (книга-бестселлер (в России, как правило, неизвестный), сценарий от известного сценариста, реальные события).

Хорошее кино — фильм, имеющий награды кинофестивалей (обычно гордо на коробке, но у фестивальной публики вкусы зачастую весьма странные; обычному зрителю такой фильм может показаться даже отвратительным).

Хорошее кино — кино разных эпох, вплоть до черно-белых немых фильмов с Чарли Чаплином (находятся ценители).

Хорошее кино — фильмы одного жанра (трюковое кино, боевики с единоборствами).

Хорошее кино — художественные фильмы о животных и с животными-актерами (имеют неизменный успех).

Все ответы по-своему правильные. Безусловно, гамму ответов можно расширить. Они могут послужить критериями при выборе фильма.

Смотреть же стоит любой фильм, даже тот, у которого провальные рейтинги и на который имеются крайне неважные отзывы (на отзывы стоит ориентироваться с осторожностью). Даже если фильм вам не понравился, у вас есть о нем мнение, и оно ваше личное, вы — первоисточник и можете сами советовать или не советовать его другим потенциальным зрителям. А если фильм понравился, вы в очередной раз убедились в том, что у вас хороший вкус. И фильм тогда точно можно рекомендовать к просмотру.

Чем больше фильмов и чем больше разных фильмов вы смотрите, тем шире ваш кругозор. Вырабатываются пристрастия и предпочтения. Вы можете выносить собственные суждения. Чужое мнение становится все менее значимым. Это делает вас свободными в эпоху «лайков», когда люди настолько зависимы от мнения окружающих, что готовы умереть, получив негативные отзывы на свой очередной пост в социальных сетях.

Не стоит также забывать, что фильмы бывают не только художественными, но и документальными (наиболее распространены фильмы о жизни животных или о природе). Еще есть мультипликационное и анимационное кино во всем своем многообразии. Но о них имеет смысл поговорить отдельно.

## ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕЖИМ В КОНТЕКСТЕ АКТУАЛЬНОЙ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

*С.В. Юдин*

*Челябинская государственная академия культуры и искусств*

**Аннотация.** В статье раскрыты сущностные критерии политического режима как такового, предложены основные типы политических режимов. В статье показано, что для российской политической культуры характерны авторитарные формы властвования, были рассмотрены суперпрезидентс-

кий режим и другие промежуточные режимы как основополагающие системы правления. Метод социологического опроса позволил автору выяснить отношение россиян к актуальной политической ситуации в нашей стране.

**Ключевые слова:** *политический режим, политическая культура, социологический опрос, политические интересы, права и свободы граждан.*

**Abstract.** *The article deals with the essential criteria of the political regime as such, offered basic types of political regimes. The article shows that the Russian political culture characterized by authoritarian forms of ruling, considered super-mode and other intermediate regimes as the basic system of government. Method poll allowed the author to find out the attitude of Russians to the current political situation in our country.*

**Keywords:** *political regime, the political culture, public opinion poll, political interests, rights and freedoms of citizens.*

Сегодняшние реалии свидетельствуют о многообразии политических режимов, результатов властной политики, ее последствий для общества, ее влияния на культуру в целом. Без детального изучения политической культуры, ее многовариантных форм невозможно объективно оценить сущность власти, правильно определить ее роль в решении важных проблем, тем более разработать и реализовать программу модернизации, обновления или коренной перестройки социокультурных институтов. В этом поиске ученые, эксперты, политики и рядовые граждане отводят важное место политическому режиму, который не может рассматриваться отдельно политической культуры в целом.

Согласно классической трактовке, политический режим — это совокупность различных механизмов, средств и методов осуществления политической воли, характер ее взаимоотношений обществом во всем ее многообразии [1]. Опираясь на мнение одного из ведущих политологов, Д. Истона, политический режим можно определить, как «правила и цели политического взаимодействия» [6]. Данные правила определяются по следующим критериям:

- уровень реальной демократизации политической власти;
- объем политических прав и свобод, предоставляемых гражданам;
- роль социальных ценностей и приоритетов руководства страны — консервативных, либерально-демократических, социал-демократических, леворадикальных или праворадикальных. На наш взгляд, именно данный критерий позволяет говорить о направленности не только политического процесса, а политической культуры того или иного режима;

Другая трактовка, представленная Х. Линцем, сводится к тому, какими методами, способами, средствами управляется государство: насильственными методами, с помощью тотального контроля над общественной жизнью или с опорой на нормативно правовые основы и морали, требования конституции и других нормативных актов, с применением демократических процедур принятия и реализации законов, разрешения противоречий.

В контексте нашей работы нас интересует не только позиция экспертного сообщества, но и отношение граждан нашей страны к актуальному политическому режиму и политической ситуации в общем. Для определения подобного отношения мы использовали метод анкетного (массового) опроса. В ходе его реализации метода было опрошено 550 респондентов в возрасте от 18 до 70 лет и старше.

Итак, прежде всего, мы попросили респондентов выразить свое мнение относительно типа политического устройства, который в наибольшей степени подходит

для России, наиболее адекватен для нашей страны. На основе полученных данных мы получили следующие результаты: 83,42% респондентов считают, что наиболее подходящим для России является президентская республика с сильным лидером во главе. Вторым по популярности ответ, стал режим с сильным, даже авторитарным руководителем, сосредотачивающим в своих руках значительную власть, жестко контролирующей все направления деятельности (11,48%), парламентскую республику при которой власть руководителя контролируется парламентом и носит ограниченный характер, предпочли лишь 3,81% респондентов.

Мнение простых россиян подтверждают и представители экспертного сообщества, в частности доктор исторических наук и депутат Государственной Думы В.А. Никонова (один из лидеров законопроекта «О едином учебнике истории»). По мнению В.А. Никонова, в современной России именно сильная власть является наиболее оптимальной формой политической структуры, во главе которой стоит «сильная рука, где в роли руководителя выступает отец нации» [4].

Также существует целый ряд экспертов в лице Р. Пайпса, З. Бзежинского, В.Т. Третьякова и т.д. Они также определяют российский режим как суперпрезидентский, который имеет целый ряд авторитарных элементов таких как: система фильтрации СМИ, доступ к политическим правам (диалог с властью на местах), уровень коррупционной составляющей и т.д. В данном режиме президент выступает как «отец нации», где все механизмы управления принадлежат руководителю страны (в одних руках) [5].

59,2% респондентов поддерживают позицию «сильной руки» и полагают, что российским государством можно управлять только при помощи авторитарных форм руководства. Полученные данные характеризуются следующими факторами.

**Исторический** — на протяжении всей истории нашего государства, наиболее эффективным и долговременным являлась авторитарная форма правления, а демократические преобразования приводили к кризису (Временное правительство, период руководство Горбачева и Ельцина — по данным ВЦИОМа 67,6% населения, считают рассмотренные периоды, как негативные [1]), что непосредственно отложилось в памяти наших граждан, где демократия ассоциируется с кризисом и беспорядками.

**Географический** — большая территория требует сильного лидера для сплочения многонационального государства (Кавказ и т.д.).

**Социокультурный** — многими экспертами отмечалось, что Россия находится на стадии формирования гражданского общества, требующие строгой регламентации со стороны государства, во избежание различных конфликтов (межконфессиональный, межэтнических и социальных). Также в нашей культуре прослеживается ситуация в политической культуре, где роль государя, является определяющей, реформы строго иерархичны (сверху-вниз).

Исходя из полученных данным, мы можем сделать вывод, что в современной России прослеживается суперпрезидентский режим, который можно отнести к авторитарному. Это подтверждается и Всемирной организацией «FreedomHouse», где с 2012 г. Россия включена в ряд авторитарных режимов [7]. Тем не менее, большинство респондентов (68,67%), считают период руководства В.В. Путина наиболее эффективны и полезным в истории нашей страны, что соотносится с данными Левада-центра, в рамках которого 53,8% граждан не видят альтернативы В.В. Путину [3]. Данный аспект может рассматриваться с разных позиций, на наш взгляд, данная тенденция может привести к усилению вертикали власти, что в скором будущем может привести к классическому авторитарному режиму и усилению позиций авторитаризма в контексте политической культуры РФ.

*Литература*

1. Волошин О.В. Несуверенная демократия // О.В. Волошин [Электронный ресурс]. URL: [http://reporter.vesti-ukr.com/79341-nesuverennaja-demokratija#.VI\\_zs9KsXkUa](http://reporter.vesti-ukr.com/79341-nesuverennaja-demokratija#.VI_zs9KsXkUa) (дата обращения: 24.09.2014).
2. ВЦИОМ «Экспресс» вестник [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/research/research/omnibus/> (дата обращения: 14.09.2015).
3. Левада-центр [Электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru/category/rubriki-saita/press-vypuski> (дата обращения: 23.09.2015).
4. Никонов, В.А. Глобальное управление // В.А. Никонов [Электронный ресурс]. URL: <http://istina.msu.ru/publications/article/10116687/> (дата обращения: 22.09.2015).
5. Шкель В.Н. Авторитаризм как категория политической науки // В.Н. Шкель Евразийский юридический журнал. 2014. № 6 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eurasia-allnews.ru/nauchnye-stati/item/209-avtoritarizm-kak-kategoriya-politicheskoy-nauki/209-avtoritarizm-kak-kategoriya-politicheskoy-nauki.html> (дата обращения: 23.09.2015).
6. Easton, D. Категории системного анализа политики // D. Easton [Электронный ресурс]. URL: <http://grachev62.narod.ru/hrest/chapt27.htm> (дата обращения: 14.09.2015).
7. FreedomHouse отчет за 2014 год [Электронный ресурс]. URL: <https://freedomhouse.org/sites/default/files/russia.pdf> / (дата обращения: 22.09.2015)

## ЗРЕЛИЩНОСТЬ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФОРМ ШОУ-БИЗНЕСА КАК ОСОБЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА

*Д.А. Бондарчук*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** В статье рассматриваются массовые художественные продукты шоу-бизнеса: фестивали, конкурсы, театрализованные представления, имеющие поддержку спонсоров и пользующиеся большим потребительским спросом.

**Ключевые слова:** шоу-бизнес, художественный продукт шоу-бизнеса, потребительский спрос, спонсорство.

**Abstract.** The article discusses the art of mass products show business: festivals, contests, theatrical performances, supported by sponsors and are in high consumer demand.

**Keywords:** show business, art product show business, consumer demand, sponsorstvo.

Шоу-бизнес, являясь одним из важных элементов современной социокультурной сферы, производит в результате художественного творчества художественный продукт. Продукция шоу-бизнеса, производная массовой культуры, становится тем товаром, который охотно потребляют многочисленные зрители.

Среди наиболее распространенных продуктов в шоу-бизнесе является производство музыкального продукта-звуконосителя: компакт-диска, компакт-кассеты, грампластинки и т.д. для последующей реализации и получения прибыли.

Важным продуктом в шоу-бизнесе являются телепрограммы разных жанров: информационные, развлекательные, конкурсные программы, викторины, ток-шоу, концерты звезд, фестивали. Такие программы, а также спортивные, информационные и кинопоказы — основа телевизионной индустрии, т.к. являются наиболее предпочитаемыми, а, следовательно, привлекают к себе большое количество аудитории и рекламодателей.

Самыми массовыми и дорогостоящими продуктами шоу-бизнеса являются фестивали; конкурсы; массовые театрализованные представления.

Их организация и проведение возможны при активной поддержке меценатов, спонсоров или гарантированной продажи акций телекомпаний, как это практикуется за рубежом. Спонсорство является неотъемлемой технологией связей с общественностью. Средства вкладываются в обмен на ожидаемую пользу. Современное спонсорство рассматривается как особый вид коммерческих инвестиций в проекты, предназначенные для повышения ценности компании.

Анализ потребительского спроса на массовую продукцию шоу-бизнеса: конкурсы, фестивали, театрализованные представления, проведенный на основе анкетного опроса (по случайной выборке было опрошено 780 человек) в городе Тюмени в период с ноября 2014 года по октября 2015 года показывает, что на концертных площадках города ( филармония, драматический театр, ДК «Строитель») основными посетителями являются женщины (75%), средний возраст зрителей составляет 34 года, по социальному статусу большее количество из целевой аудитории — работники сферы образования, культуры, студенческая и учащаяся молодежь, руководители различного уровня, предприниматели (соответственно: 38%; 39%; 29%; 14%; 9%). По уровню образования это (74,2%) люди с высшим или средним специальным образованием, по уровню доходов — от 12-до 30 тысяч рублей на одного члена семьи. Таким образом, социальный портрет модального посетителя зрелищных мероприятий шоу-бизнеса: женщина 32 лет, с высшим образованием, имеющая должность сотрудника (специалиста), имеющая доход до 20 тысяч на одного члена семьи.

Исследование показало, что большинство зрителей (67%) приходят на массовое зрелище, чтобы приятно провести время, 12% — чтобы поднять свой культурный уровень, 11% — вместе с друзьями, родственниками, любимыми.

Большинство опрошенных (52%) готовы потратить на билет от 1000 до 2000 рублей, 11,1% респондентов готовы платить за концерты любимых исполнителей (брендовые спектакли) от 3000 рублей до 5000 рублей, а 2,7% — свыше 5000 рублей.

Являясь самыми массовыми и дорогими продуктами шоу-бизнеса, фестивали, конкурсы, массовые театрализованные представления стали и своеобразными показателями вкусовых предпочтений зрителей. В ходе исследования было отмечено, что респондентов привлекают популярность исполнителя; качество рекламной кампании; жанр, в котором работает исполнитель; площадка, на которой проходит мероприятие; частота приезда исполнителей; ценовая политика организаторов. Как правило, зрители готовы покупать билеты любой стоимости на концерт (спектакль) любимого артиста, среди таких респондентов не только горячие поклонники, любящие своего кумира, но и состоятельные люди, которые стремятся подчеркнуть свой статус и следовать моде.

Среди жанровых предпочтений респондентов немало инновационных и зрелищных форм, таких как конкурсные программы, пресс-party, презентации, PEEP-show, показы мод, сольные концерты, цирковые феерии. Эти жанры и формы шоу-бизнеса зрители готовы посещать на ведущих концертных площадках города Тюмени.

По мере развития цивилизации возрастает потенциальный рынок «индустрии развлечений» и организациям такого вида деятельности необходимы профессионалы, способные поставить на конвейер продукты этой индустрии — это менеджеры, артисты и музыканты, продюсеры и т.д. Во главе индустрии стоят крупные корпорации, которые вкладывают финансовые средства в различные продукты и услуги, основанные на потребностях потенциальной аудитории. Продажа продуктов сферы

шоу-бизнеса дело такое же сложное, как и производство. Необходимо уделять немалое значение рекламной кампании во всем процессе создания продукта.

Конечный результат деятельности любой организации зависит от наличия ресурсов, играющих первостепенную роль в успехе организации. Планирование стратегий развития шоу-бизнеса в последние годы все больше опирается на изучение интересов аудитории потребителей, выявление спроса на те или иные продукты и услуги (маркетинг), производство их и продвижение на рынок культурных услуг в шоу-бизнесе.

Вся структура коммерческой деятельности в сфере шоу-бизнеса: маркетинг и промоушн; артистический менеджмент, зрелищные мероприятия, производство, торговля, реклама, издательская деятельность, периодические службы, производство музыкальных сувениров, продажа авторских прав — должна отвечать главному — запросам потребителей услуг. Наше исследование в полной мере это подтверждает.

#### *Литература*

1. Пригожин И.И. Политика — вершина шоу-бизнеса / И.И. Пригожин. — М.: Алкигамма, 2001. — 215 с.
2. Гольберт Э. Особенности русского шоу-бизнеса // Неон. — 2001. — №1. — С. 27–31.
3. Третьякова О.В. Современный словарь шоу-бизнеса в структурно-семантическом и рациональном аспектах: диссертация кандидата филологических наук. — Вологда, 2005. — 292 с.
4. Материалы социологического исследования «Особенности потребительского спроса жителей города Тюмени на массовый продукт шоу-бизнеса. — Тюмень, 2015.

## СРЕДНЕВЕКОВОЙ ДОСУГ. СИРИЙСКИЙ ИЗЛОМ

*Г.Г. Волощенко*

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского*

**Аннотация.** В статье в рамках направления «культурные контексты досуга» дается информация о попадании в Сирию и попадание в арабскую культуру работы классиков греческой философии, в том числе Пифагора. К сожалению, в XII–XIV вв. в Европу в университеты вернулись не все.

**Annotation.** In an article in the «cultural contexts of leisure» provides information about the departure to Syria and getting into the Arab culture of primary sources of the classics of Greek philosophy including Pythagorean. Unfortunately, in the XII–XIV centuries in Europe in universities have not all returned.

В ноябре 2014 г. в программе телевидения «Культура» я дважды посмотрел передачу «О взаимосвязях в науке». Началась она с сюжета, наделавшего много шума в средневековье — переезде в VI в. н.э. последнего схоласта Афинской платоновской академии Дамаскина в Сирию с большим количеством рукописей, в том числе, мелькнули в кадре фамилии *Αριστοτέλης, Πλάτων, Πυθαγόρας*. Дерзкий поступок Дамаскина был ответом на эдикт Юстиниана 529 г. о закрытии языческих философских школ на территории Византии (Афин, Александрии, Бейрута, Газы и др.) и открытии высшей школы в Константинополе.

Сколько досугов в VI веке было в Европе? Ответ, который подтверждает и программа телевидения — один базовый, Пифагора, и три его варианта — «гармония сфер», высокий досуг Аристотеля и otium — праздность, идущий из римской культуры III–II вв. до н.э. (2). Сохранились ли тексты со смыслом досуга

Пифагора (сам Пифагор, как известно, не оставил текстов)? Да, философ II в. до н.э. Никомах из Герасы (в Сирии, именно — в Сирии!!) в посвящении к «Руководству по гармонике» пишет даме — покровительнице:

θεῶν δὲ ἐπιτροπόντων αὐτίκα μάλα σχολῆς λαβόμενος καὶ τῆς  
ὀδοιπορίας ἀνάπαυσιν σῶν συντάξω τέ σοι μείζονα καὶ ἀκριβεστέραν  
εἰσαγωγὴν περὶ αὐτῶν τούτων καὶ πλήρει τὸ λεγόμενον συλλογισμῶν  
διηρθρωμένην καὶ ἐν πλείοσι βιβλίοις, καὶ διὰ τῆς πρωτίστης ἀφορμῆς  
ἀποπέμψω, ἔνθα ἀν διαγείν ὑμᾶς πυνθανώμεθα.

*Перевод:* «Получив ниспосланный богами досуг и передышку от путешествия, я сразу же напишу тебе ... сочинение» [3, с. 87].

На Апенинском полуострове пифагорейцы продержались до 3 в. н.э. (ФЭС, 2002). Но рукописи о Пифагоре бережно хранились в Афинах. Римское церковное руководство христианства пустило в церковную культуру лишь «гармонию сфер» с Василием Великим и его кружком. Сигналом Дамаскину о очередной волне преследования римской церковью еретиков, к которым относился и Пифагор с его восточным ядром досуга, стала весть о казни в 524 г. в Риме философа Бозция, разделявшего пифагорейско — платоновскую традицию, за связь с учеными Восточной империи.

Переезд Дамаскина с группой философов и большим числом рукописей в Сирию в 531 г. способствовал расцвету сирийской, а затем и арабской науки и образования, культуры стран Востока. В крупнейших городах арабов Багдаде, Каире и других создавались Дома мудрости как центры науки и культуры, объединяющие образовательные учреждения с библиотеками. В Аль-Каруйи (Марокко), Аль — Асхаре (в Каире) появились в X в. первые университеты. На арабский язык было переведено большое число работ древнегреческих философов, врачей, астрономов. Знания Пифагора, чаще всего в варианте пифагорейско — платоновского изложения, находят место у ученых Востока (см., например., у Ибн Сины (Авиценны) (980–1037 г.г.) в «Книге исцеления» четыре раздела, в том числе в одном из них — геометрия, арифметика, музыка, астрономия (и метафизика).

В Европе в средние века при церквях было до 100 книг. Арабская же цивилизация включала в себя сотни направлений развития науки и образования, сопровождаемые десятками тысяч рукописей. Зная это, к крестоносцам примыкали ученые, которые везли от арабов в Европу новые знания. Арабы передали европейцам индийские цифры, которые стали называться арабскими.

Ассути из Ирана доказал, что Земля не является центром Вселенной (что вскоре и повторил Николай Коперник). Во время известного движения Реконквисты в Кордове в XI в. испанцами было оставлено 80 тысяч свитков и книг на арабском языке, что вызвало культурный шок у европейцев.

Проследим развитие досуга в Византии (395–1453 гг.). З.В. Удальцова, характеризуя особенность Византийской культуры, отмечает, что она складывалась под влиянием римских, греческих и восточно — эллинических традиций, с IV в. оформилась как христианско-православное государство, традиционализм ее основывался на Библии, греко-кафолической церковной литературе и на произведениях античной классики.

От западноевропейской византийская культура отличалась более высоким (до XII в.) уровнем материального производства, устойчивым сохранением античных традиций в просвещении, науке, литературе, творчестве, быте; индивидуализмом (неразвитостью корпоративных принципов); культом императора как сакральной фигуры; унификации научного художественного творчества, чему способствовало Византийское государство [7, с. 335].

Через Византию пролегали важнейшие торговые пути: сухопутный и морской «шелковый путь» в Китай и «путь благовоний» через Аравию к Персидскому заливу и Индии.

Самая короткая характеристика у производного римской культуры — *otium* — праздности. Латинский язык был государственным в Византии с IV по VII вв., затем он уступил пальму первенства древнегреческому языку и перешел в разряд разговорного. Андре Гийу в «Византийской цивилизации» пишет: «Различают письменный и разговорный язык. Письменный язык Византии — греческий язык эллинистической и римской эпохи, язык Аристотеля, Полибия, Плутарха, затем отцов церкви, официальный язык государства и администрации. Начиная с VII в. — литературный книжный язык. «Разговорный язык, вульгарный, никогда не рассматривался как язык для письма» [4, с. 539]. Так *otium* — праздность остался в Византии, в отличие от Запада, на уровне «разговорного, вульгарного» знания.

Иная судьба у «высокого» досуга Аристотеля. Именно в Византии из сотен рукописей сформировался *Corpus Aristotelicum*. А. Гийу описывает проникновение понятийного аппарата и терминологии Аристотеля в христианскую теологию через труды аристотелистов, в том числе Фемнистия, профессора Александрийского университета Филопона, Леонтия Византийского (основателя византийской схоластики), Акрополита, Георгия Пахимера, Георгия Схолария, патриарха в начале турецкого владычества [4, с. 77–78].

Но базовым течением в культуре и досуге Византии был неоплатонизм представлявший, по определению К. Маркса, сочетание стоического, эпикурейского и скептического учений с философией Платона и Аристотеля [4;79]. Неоплатоники Ямвлих, Юлиан Заступник, Прокл в III–V вв. развивали пифагорейско — платоновское направление, Василий Великий, Григорий Богослов и Григорий Нисский способствовали вводу «гармонии сфер» в раннюю патристику. Высшая Патриаршья школа в XI в. возобновилась, преподавали Иоан Ксифилин, Константин Лихуд и Михаил Пселл. После нашествия крестоносцев в 1024 г. и их многолетнего пребывания в Византии, Патриаршья школа прекратила свое существование. В 1054 г. состоялось разделение церковью (схизма) на православную и католическую.

В 1080-х гг. арабы, уходя из Испании, сделали ответный подарок Европе — оставили десятки тысяч рукописей на арабском языке. Произведения Платона, Аристотеля и ряда других философов прошли через религиозную цензуру, и вскоре они стали властителями дум в молодых университетах Европы. Но напрасно мы ищем в числе первых «возвращенцев» Пифагора. Набирающая силы инквизиция задержала, а затем выпустила в свет его работы, но в купированном, ампутированном, обрезанном виде. Только если при обрезании удаляется плоть, у Пифагора удалили основу, сердце его философии — «ядро» досуга. Так видный историк западноевропейской философии Т. Гомперц в «Греческих мыслителях» о Пифагоре пишет: «строго научная часть его учения, физико — математические дисциплины, перешли в ведение специалистов — исследователей, тогда как религиозные и суеверные догмы и ритуалы сохранились в кругу орфиков» [5, Т. 1, с. 102], изъяв, таким образом, «ядро» досуга.

Ему вторит изданный в 2003 г. «Пифагор. Золотой канон. Фигуры изотерики» (подготовка текста А. Шапошникова), где под Учплз понимается лишь начальное, среднее и высшее образование [7], о «ядре» досуга нет ни слова, зато есть пребывание Пифагора в Шумеро-Вавилонии.

Давно пора выйти из европейской изолированности, взглянуть на Учплз с позиций Востока, в т.ч. Китая и Индии. Теософский словарь Е.П. Блаватской утверждает, что перед Кротомом Пифагор был в Индии, это зафиксировано в источниках [1].



И лишь с «восточных» позиций понятно развитие картины «досуга» Древней Руси. Здесь восточным славянам византийские монахи оставили пифагорейский вариант ядра досуга [2, с. 84].

**Смысл передачи содержания греко-византийского слова  $\Sigma\upsilon\lambda\eta$  древнерусскому слову «досуг» и другим однокоренным словам:**



Именно эту версию подтверждает византийский просветитель в России Максим Грек.

Приведенный материал имеет теоретическую ценность. Он доказывает, что развитие «ядра» досуга Пифагора не остановилось в III в. н.э. с окончанием деятельности пифагорических школ на юге Италии, а было подхвачено афинскими, и в VI веке ушло на Восток через Сирию и арабскую культуру. Схоларихами. Так к византийско-древнерусскому следу добавляется еще Восточный.

#### *Литература*

1. Блаватская Е.П. Теософский словарь. — М., Сфера, 2009. — 573 с.
2. Волощенко Г.Г. Досуг: генезис и развитие. — Омск, 2012 — 180 с.
3. Герцман Е.В. Тайны истории древней музыки. — СПб., 2004. — 570 с.
4. Гийу Андре. Византийская цивилизация. — Екатеринбург, 2005.
5. Гомперц Теодор. Греческие мыслители. Т.1. — СПб., Алтейя, 1999. — 606 с.
6. Лосев А.Ф. Античная музыкальная эстетика. — М., 1960.
7. Пифагор. Золотой канон. Фигуры эзотерики. — М.: Эксмо, 2003. — 448 с.
8. Удальцова З.В. Византийская культура. — М., 1988.

## ПРАВОВАЯ ОХРАНА ФОНОГРАММ И МУЗЫКАЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

**В.Ю. Кошель, О.В. Штаб**

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В современных условиях в России происходит рост влияния интеллектуального фактора на экономическое, социальное и политическое развитие. В этом отношении процессы, происходящие в нашем государстве созвучны с процессами, имеющими место и в других государствах. Музыку в проблеме авторского права трудно не заметить. Она является одной из самых обсуждаемых и конфликтных тем по авторскому праву.*

**Annotation.** *In modern conditions in Russia is the growing influence of intellectual factors on economic, social and political development. In this respect, the processes taking place in our country in tune with the processes taking place in other States. The music in the issue of copyright is hard to miss. She is one of the most discussed and contentious topics on copyright.*

В современных условиях в России происходит рост влияния интеллектуального фактора на экономическое, социальное и политическое развитие. В этом отношении процессы, происходящие в нашем государстве созвучны с процессами, имеющими место и в других государствах.

В целях создания благоприятных условий для наращивания интеллектуального потенциала общества Конституция Российской Федерации гарантирует каждому человеку свободу литературного, художественного, научного, технического и других видов творчества. Эта свобода получает конкретные юридические гарантии в виде норм авторского права.

Проблемы авторского права как одного из институтов интеллектуальной собственности являются предметом острого дискуссионного обсуждения. Это объясняется как сложностью самого предмета научного анализа, так и дефицитом понимания между представителями различных отраслей общественных наук, занимающихся исследованиями в данной области.

Искусство всегда было и будет востребовано. Если говорить более точно, то наиболее распространенным жанром является музыка. Человек может не ходить в картинные галереи, не увлекаться поэзией, не посещать театры и филармонии, однако музыка будет сопровождать его всегда и везде. Она будет в рекламах, в магазинах и торговых центрах, в автомобиле или автобусе, рингтоном мобильного телефона, фоном в любом фильме, не говоря уже, конечно же, о наиболее классических, светских формах (мюзиклах, операх, ариях, сонатах, музыкально-хореографических постановках и многих других).

В XXI веке, тогда, когда информационные и компьютерные технологии достигли несравнимых высот, музыка стала общедоступным и массовым средством. Благодаря прогрессу, музыкальные произведения подверглись распространению в интернете, цифровому копированию, стали доступны каждому. В условиях последних пятнадцати лет, музыка может попадать в любое время и место. Такое положение влечет за собой огромное количество правонарушений в этой области, что и вынуждает обратить внимание на актуальность данной проблемы.

«Авторское право — институт гражданского права, регулирующий отношения, связанные с созданием и использованием произведений науки, литературы или искусства, то есть объективных результатов творческой деятельности людей в этих областях».

За последние семьдесят лет российская юриспруденция касалась данного вопроса лишь пару раз: монографическая работа Л.Н. Зильберштейна «Авторское право на музыкальные произведения» (М. 1960) и кандидатская диссертация Л.А. Савинцевой «Авторское право на музыкальные произведения в Российской Федерации и Великобритании» (М. 2005). Стоит заметить, что эти работы написаны до начала действия четвертой главы Гражданского кодекса РФ. Исследования и попытки решить вопросы, связанные с попытками защитить музыкальные произведения и фонограммы, вообще отсутствуют. Большинство современных композиторов и музыкальных исполнителей не ознакомлены с данной сферой и своими правами. Впоследствии, у них возникают проблемы с созданными ими объектами культуры и их защитой.

Для конкретизации объекта авторского права, неизбежным является термин «произведение». Однако, не нынешнее наше законодательство, не его предшествующие варианты не содержат его как такового определения, тем не менее, указывают на признаки, которыми оно должно обладать, хотя понятия «произведение» и «творческая деятельность» тесно исторически связаны.

Русский юрист и профессор Г.Ф. Шершеневич предлагал это решение проблемы с помощью кропотливого исследования данного вопроса со всех сторон в его рабо-

те — «Авторское право на литературные произведения» К. 1891. Идеи прошлого века не были забыты и попытки выдвинуть понятие «произведение», с помощью особых присущих данной сфере признаков. Это просматривается в трудах В.И. Серебровского, В.Я. Ионаса, О.С. Иоффе, М.В. Гордона, И.В. Савельевой, И.Я. Хейфеца и других ученых. Трудно не согласиться, что для нас произведениями это не окружающие нас материальные вещи, а творческий посыл и замысел.

Музыку в проблеме авторского права трудно не заметить. Она является одной из самых обсуждаемых и конфликтных тем по авторскому праву. В действующем законодательстве России нет такого понятия, как «музыкальное произведение». Оно раскрывается лишь косвенно, с помощью «авторского права».

Г.Ф. Шершеневич считал, что объектом авторского права собственности должно признаваться то сочетание звуков из которых составлялось музыкальное произведение. А А.П. Сергеев говорил, что мелодия не может являться объектом права, так как она всего лишь часть музыкального произведения, но, безусловно, нуждается в защите, так как может существовать отдельно от произведения.

В последние десятилетия становится популярным обработка уже существующих музыкальных произведений. Создание ремиксов, т.е. смешанной и частично существующей музыки, семплирование (англ. sample) — заимствование музыкальных фрагментов. Существуют люди, которые занимаются исключительно аранжировкой и обработкой, телевизионные каналы, радиостанции, которые уделяют таким объектам большее внимание или вовсе используют исключительно их. Такие «обработанные» музыкальные произведения попадают под общие правила, так как в большей или меньшей мере содержат авторские части других произведений.

Историческая правовая сводка о фонограммах еще короче. Впервые была отмечена она в Австрии в Законе об авторском праве 1936 г. В России это право появилось намного позднее, только в 1991 г. — с принятием Основ Гражданского Законодательства, в виде «права создателя звукозаписи». А также ему посвящен 3 параграф 71 главы четвертой части ГК РФ. Это говорит о том, что значение и количество фонограмм, как объекта растет.

К сожалению, установленные законом авторские и смежные права часто нарушаются и нуждаются в правовой защите. Обычно нарушители, в качестве которых выступают как физические, так и юридические лица, незаконно изготавливают и распространяют экземпляры, т.е. копии произведений и фонограмм на различных материальных носителях. Указанные копии именуется контрафактными экземплярами. К их числу относятся не только копии, сделанные в Российской Федерации, но и экземпляры охраняемых в Российской Федерации произведений и фонограмм, незаконно, т.е. без согласия правообладателей, импортируемые в Россию из страны, в которой они либо никогда не охранялись, либо уже перестали охраняться.

По моему мнению, защита авторских прав в России на данный момент сложный и практически невозможный процесс, особенно, когда это касается звезд мировой не отечественной эстрады. Не секрет, что Соединенные Штаты Америки уже несколько раз пытались пресечь бесплатное, пиратское распространение американской поп музыки на территории РФ, однако, наше законодательство не подходило серьезно к этому вопросу и у нас отсутствуют специальные органы, которые бы занимались пресечением пиратства. Любой опытный интернет-пользователь, проживающий на территории России, имеет в обиходе программы, позволяющие ему скачивать бесплатно из интернета любые фильмы, программы, музыку и другие ресурсы, за которые в других странах такие же пользователи платят. Сеть пиратства широко охватила нашу страну, и эта проблема уже давно стоит ребром. Однако, государство не знает какие меры нужно принимать, и не слишком с этим

торопится, потому что меры вроде осуждения или же штрафы совершенно бесполезны, т.к. каждый второй пользователь является пиратом, даже этого не осознавая, просто выкладывая на сайт песню или картинку не созданного им же, или просто являясь сидом (скачавшим и помогающим скачать другим) фильма в, самой масштабной системе нарушения авторского права, Торренте.

В соответствии со статьями 30-31, фонограмма, опубликованная в коммерческих целях, может быть использована без согласия ее производителя и исполнителя, но с выплатой вознаграждения. Таким образом, положения данной статьи относятся только к фонограммам (звукозаписям), опубликованным в коммерческих целях и не могут применяться к фонограммам, опубликованным в иных целях.

Право на получение вознаграждения возникает в следующих трех случаях использования таких фонограмм:

- публичное исполнение записи фонограммы;
- передача фонограммы в эфир;
- сообщение фонограммы для всеобщего сведения по кабелю.

Пользователи фонограмм должны предоставлять организации, указанной в п. 2 комментируемой статьи, программы, содержащие точные сведения о количестве использований фонограммы, а также иные сведения и документы, необходимые для сбора и распределения вознаграждения.

Необходимо отметить, что в силу того, что Российская Федерация является участницей Конвенции об охране интересов производителей фонограмм от незаконного воспроизводства их фонограмм. В силу статьи 2 данной Конвенции, Россия обязалась охранять интересы иностранных производителей фонограмм от производства копий фонограмм без их согласия, а также от распространения этих копий.

Однако, являясь гражданином РФ, можно защитить свое творчество искомым требованием о взыскании компенсации за нарушение авторских прав. Обнаружив незаконное использование своего творчества, правообладатель вправе требовать от нарушителя выплаты компенсации за каждый случай неправомерного использования результата интеллектуальной деятельности либо за допущенное правонарушение в целом, в соответствии со статьей 1252 ГК РФ.

#### *Литература*

1. Закон РФ от 09.07.1993 N 5351-1 (ред. от 20.07.2004) «Об авторском праве и смежных правах». Ведомости СНД и ВС РФ, 12.08.1993, № 32, ст. 1242.
2. Всемирная конвенция об авторском праве (подписанная в Женеве 6 сентября 1952 г.). — Система Гарант.
3. Всемирная конвенция об авторском праве от 6 сентября 1952 г. (пересмотрена в Париже 24 июля 1971 г.). — Система Гарант.
4. Ахнина А.Ю. Понятие и юридическое содержание музыкального произведения. «Черные дыры» в Российском Законодательстве / А.Ю. Ахнина. Юридический журнал. — 2007. — № 4. — С. 90—91.
5. Иванов Н. В. Актуальные проблемы охраны прав исполнителей музыкальных произведений. «Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права» / Н.В. Иванов. — Москва, 2006. — № 11. — С. 68—73.
6. Кравец Л. Новые технологии и охрана музыкальных произведений. «Интеллектуальная собственность» / Л. Кравец. — Москва, 2000. — № 4. — С. 65—69.
7. Спиряев С. Авторское право и смежные права в российском шоу-бизнесе «Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права» / С. Спиряев. — 2004. — № 11. — С. 63—64.
8. Судариков С.А. Авторское право / С.А. Судариков. — М.: Проспект, 2010. — 320с.
9. Юмашев А.С. Проблема определения музыкального произведения как объекта авторских прав «Труды юридического факультета Северо-Кавказского государственного технического университета» / А.С. Юмашев. — Ставрополь: СевКавГТУ, 2005. — № 11. — С. 238—240.



## Раздел III

# СОЦИАЛЬНЫЕ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В РЕГИОНАЛЬНОМ КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

## ФОРМИРОВАНИЕ ДОСУГОВОЙ АКТИВНОСТИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЁЖИ РЕГИОНА ЧЕРЕЗ ВОЛОНТЕРСТВО

*Л.Ю. Антонова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Статья посвящена исследованиям социального феномена «волонтерство». Автор дает теоретический анализ современных взглядов на понятие «волонтерство», рассматривает основные проблемы привлечения учащейся молодёжи к волонтерскому движению, через досуговую деятельность.*

**Annotation.** *The article investigates the social phenomenon of “volunteering”. The author provides a theoretical analysis of modern views on the concept of “volunteering”, examines the main challenges to attract young students to the volunteer movement, through leisure activities.*

В настоящее время социокультурная ситуация характеризуется целым рядом негативных процессов, наметившихся в сфере духовной жизни — утратой духовно-нравственных ориентиров, отчуждением от культуры и искусства детей, молодежи и взрослых, существенным сокращением финансовой обеспеченности учреждений культуры. Процесс трансформации общества приводит к обострению социальных проблем. В этих условиях важным фактором помощи незащищенным слоям и группам населения становится благотворительность, развитие волонтерской деятельности.

Волонтерский труд как воплощение идеи социального служения основан на благотворительности, оказании добровольной бескорыстной помощи самым разным категориям социально незащищенных людей. Он дает возможность учащейся молодежи развить и реализовать свой личностный профессиональный и духовный потенциал. А ввиду своей разноплановости, динамичности и вариативности, связанных с изменчивостью конкретных социальных ситуаций, волонтерская деятельность может стать одним из важных педагогических средств формирования мобильности молодого человека и возможно повлиять на выбор будущей профессии.

«Волонтерство — добровольческая деятельность, основанная на идеях бескорыстного служения гуманным идеалам человечества и не преследующая целей извлечения прибыли, получения оплаты или карьерного роста; получение всестороннего удовлетворения своих личных и социальных потребностей путём оказания помощи другим людям».

Волонтерский труд предполагает: службу на благо общества; получение только моральной отдачи от работы, без каких бы то ни было финансовых поощрений; мотивацию через личную вовлеченность. [1]

Понятия «волонтер» и «волонтерство» происходят от фр. *volontair* — добровольный, а оно в свою очередь от лат. *voluntarius, voluntas* — добрая воля, и равнозначны таким славяноязычным понятиям, как «доброволец» и «добровольчество», понимаемым как добровольческая деятельность.

Сегодня по всему миру насчитываются сотни тысяч движений волонтеров, как небольших региональных, так и крупных, имеющих профессиональный международный статус, работающих под эгидой ООН и ЮНЕСКО. Цели волонтерских

движений различны. Но основной принцип для каждого движения волонтеров, будь то команда из нескольких человек или сложно разветвленная система с представительствами, в большинстве стран мира един. Он заключается в оказании добровольной бескорыстной помощи тем, кто в ней нуждается [2].

Волонтерство в современный период времени — это мощное общественное движение, имеющее свои организации во всех странах мира, но давно уже переросшее как национальные границы, так и сферу при менения волонтерского труда. Волонтерство, как показывает международный опыт, развивается в рамках так называемого третьего сектора, или некоммерческих организаций. По решению идей и планов; получен новый организационный опыт совместной работы некоммерческих организаций, объединивших свои добровольные усилия и ресурсы для реализации проекта на национальном уровне.

По мнению Е. И. Холостовой, волонтеры — это люди, делающие что-либо по своей воле, по согласию, а не по принуждению. Они действуют либо неформально, работая бесплатно как в государственных, так и в частных организациях медицинской, образовательной сферы или сферы социального обеспечения, либо являются членами добровольческих организаций [3].

Волонтерская деятельность — это широкий круг деятельности, включая традиционные формы взаимопомощи и самопомощи, официальное предоставление услуг и другие формы гражданского участия, которая осуществляется добровольно на благо широкой общественности без расчёта на денежное вознаграждение.

Волонтеры — не только альтруисты. Они работают ради приобретения опыта, специальных навыков и знаний, установления личных контактов. Часто волонтерская деятельность — это прямой путь к оплачиваемой работе, всегда — возможность проявить и зарекомендовать себя.

Масштабные социально-экономические и общественно-политические преобразования в России привели к необходимости возрождения ценностных ориентиров общества и предоставлению новых возможностей для самореализации личности, особенно учащейся молодёжи. Среди наиболее острых проблем, касающихся дальнейшего развития системы образования в России, сегодня называется необходимость разработки действенных программ воспитательной деятельности, направленных на создание условий полноценного развития подрастающего поколения. Социальная ситуация последних десятилетий, как известно, связанная с идеологическим, социально-экономическим и культурным переустройством общества, породила множество негативных явлений, болезненно отразившихся на облике молодого поколения (усиление потребительских ориентаций, социальная пассивность, опасность попадания в сети наркотического и алкогольного дурмана, ухудшение условий содержания детей в семье вследствие экономической нестабильности, возрастание явлений социального сиротства, безнадзорности и числа правонарушений среди несовершеннолетних и др.).

Перечисленные выше явления, вызывающие тревогу за молодое поколение, характерны для всего российского общества, требуют принятия неотложных решений, лишней раз, подтверждая, что воспитание было и остается важнейшей и неотъемлемой функцией образования, где оно выступает, прежде всего, как фактор морально-стабилизирующих и культурных влияний на личность подрастающего человека, способствующих расширению возможностей её развития и успешной социализации.

Сегодня культурно-воспитательная работа с молодежью представляется как общественно осознанная необходимость, и ее специфика проявляется в активи-

зации деятельности образовательных учреждений, молодежной политики и учреждений социально-культурного профиля.

Вместе с тем при решении социально-экономических проблем учащейся молодежи возрастает роль досуговой деятельности, что требует от специалистов социально-культурной деятельности способности осуществлять не только основные виды услуг, но и дополнительные, результативность которых обусловлена гражданской позицией и стремлением активизировать личностные ресурсы молодежи.

Достаточно интересным направлением в этой области может стать и волонтерское движение. Привлечения к участию в волонтерском движении старшеклассников в деятельность учреждений социокультурного профиля через добровольное желание. «Добровольчество с позиции социологического подхода, это форма социокультурной регуляции поведения индивидов и социальных групп, содержанием которой являются нормы и ценности: общественного интереса, коллективной солидарности, чувства сопричастности, индивидуальной или коллективной инициативы, принятия на себя обязательств, исполняемых добровольно» [4].

Основным этапом организации волонтерского движения является включение молодых людей в практическую добровольческую деятельность. Деятельность, которая предлагается потенциальным волонтерам, может быть и должна быть разнообразной, однако любой ее вид должен отвечать важному требованию: быть направленной на решение проблем, близких и понятных волонтеру.

Для организации волонтерской группы среди молодых людей нужно изучить их представления об актуальных социальных проблемах и поставить их решение в центр добровольческой деятельности.

Потребность общения и признания значимости в группе, которая является одной из актуальных потребностей молодежи, делает групповую форму работы волонтера самой приемлемой и эффективной [5, с. 186].

Организация и развитие молодежного добровольческого движения возможны только на основе и при учете объективной информации об интересах, потребностях и мотивах потенциальных участников.

Кроме того, предлагаемая добровольцу работа должна быть:

- результативной (т. е. иметь видимый результат, не отсроченный во времени);
- четко локализованной во времени и объеме (учитывать рабочую и учебную занятость молодого человека);
- «живой» (не носить характер рутинной, «бумажной» работы, часто несообразной с возрастными особенностями молодежной группы).

Волонтерство должно стать гармоничным дополнением к основной занятости, а не навязанной извне обузой. С другой стороны, плохо, если юноша или девушка забрасывают учебу для своей общественной деятельности.

В работе учреждений социокультурной сфере по привлечению волонтеров очень важным моментом является учёт возрастных особенностей, интересов и желаний старшеклассников. Возрастные ориентации старшеклассников в сфере культуры непосредственно влияют на их культурную социализацию. У учащейся молодежи заметно проявляется стремление к познанию себя как личности, к самостоятельной деятельности и независимости, самоутверждению. При этом формируются и развиваются досуговые и культурные приоритеты старшеклассников, их внутренняя культура, являющаяся основой досуговой культуры молодых людей. В рамках разнообразных культурных направлений, старшеклассники вместе с имеющимися у них культурными представлениями, приобретают или создают новые отличные от существующих культурные стереотипы поведения.



Своевременная помощь в определении приоритетов деятельности и поведения может оказать существенное влияние на культурно-досуговые интересы и систему ценностей молодых людей.

Молодежный возраст — период важнейших событий в жизни человека, период социальных и профессиональных ориентиров, формирования мировоззрения, в основе которого ценностно-мотивационная и нормативная структура, начало трудовой деятельности, создание семьи. При этом одним из важнейших общественных институтов воспитания, помогающим подрастающему поколению избежать душевной и духовной разрухи выступают детско-молодежные объединения, которые не могут заменить школа или семья.

Учащаяся молодёжь — это социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и статуса, обусловленного состоянием выбора, прохождении с одних ступеней системы образования на другие.

«Молодежь как наиболее активная социально-демографическая группа может стать основой развития волонтерского движения в нашей стране. Опыт деятельности по созданию добровольческих групп, существующих на сегодняшний день, стал основой выявления некоторых технологических основ развития волонтерского движения среди молодежи.

Молодежное волонтерское движение, как правило, организуется на базе образовательных учреждений (общего или профессионального образования), учреждений молодежной сферы (например, молодежного центра), молодежных общественных объединений и организаций» [6, с. 182–183].

В муниципальных программах социально-культурного развития регионов предусматривается совершенствование отдыха людей, развлечений, концертно-зрелищной и физкультурно-оздоровительной работы, борьбы с правонарушениями, профилактика антисоциального поведения. «Волонтерство — общественное явление добровольного участия в каком-либо деле «парапрофессионалов» (людей, не имеющих подчас специальной подготовки), энтузиастов: в клубе — идеологов народной педагогики, неспециалистов, родителей, носителей «свободных профессий» (художников, экстрасенсов, валеологов и т. д.), студенчества и рабочей молодежи, представляющее собой лидерское участие в жизни клубных сообществ на добровольных и бескорыстных началах. Волонтерство — это общественная, культурная и гражданская инициатива, питающая «клубность» разнообразием дел, участия инициативными формами развлечений и досуга, проектными идеями, дружеской заботой.

В настоящее время социально-культурная деятельность может рассматриваться как самостоятельная подсистема общей системы социального воспитания и образования людей. Она является важнейшей функцией государственных и негосударственных структур, сферой приложения усилий многочисленных общественных движений и инициатив, средством использования свободного времени различными группами населения [6].

Таким образом, актуальность темы исследования обусловлена объективной общественной потребностью привлечения учащейся молодёжи в систему новых ценностей и социальных отношений в условиях трансформации российского общества, необходимостью разработки концепции институционального регулирования процесса социализации учащейся молодежи в условиях современного кризисного общества; потребностью в уточнении форм и методов оптимизации процесса социализации учащейся молодежи, привлечению к волонтерской деятель-

ности в учреждения социально-культурной сферы, по организации культурно-досуговой деятельности, что также будет способствовать формированию активности учащейся молодёжи региона.

#### *Литература*

1. Что такое волонёрское движение. [Электронный ресурс] — Режим доступа : URL: <http://www.icye.ru/chto-takoe-volonterskoe-dvizhenie>.
2. Волонёрское движение в России. Справка [Электронный ресурс] — Режим доступа : URL: <http://ria.ru/spravka/20100521/236982093.html>
3. Волонтеры // Словарь-справочник по социальной работы / под редакцией Е.И. Холодовой. — М., 2000.
4. Корнилов, В.А. Институциональные основы социализации учащейся молодежи : автореф. дис. канд. социол. Наук: 22.00.04 / В.А. Корнилов — Москва, 2009—18 с.
5. Социальная работа с молодёжью: учеб. пособие // под ред. Н.Ф. Басова. — М.: Дашков и К, 2009. — 309 с.
6. Киселева Т.Г. Красильников Ю.Д. Социально-культурная деятельность: история, теоретические основы, сферы реализации, субъекты, ресурсы, технологии. — М., МГУКИ, 2001.

## АНАЛИЗ ОБРЯДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ПОЗИЦИЙ НАТУРОЦЕНТРИЗМА

*А.В. Горелов*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В данной статье рассматривается обрядовая деятельность как часть когнитивной системы человека. Показаны возможные причины появления обрядовой деятельности, а так же ее предполагаемый функционал.*

**Annotation.** *This article discusses how ritual activity as part of a human's cognitive system. Shows possible causes of ritual activity and its intended functionality.*

Мы считаем, что изучение происхождения обрядов поможет нам впоследствии понять механизмы зарождения религиозных культов. Но для начала дадим определение понятиям «обряд», «ритуал» и «культ».

«Обряд — совокупность действий стереотипического характера, которой присуще символическое значение. Стереотипный характер действия обряда, то есть их чередование в некотором более или менее жестко заданном порядке» [1].

Ритуал, фактически, отличается от обряда лишь тем, что имеет ярко выраженный религиозный характер, оставаясь при этом частным случаем обряда.

В ходе анализа множества разнообразных обрядов мы пришли к выводу, что, в сущности, можно выделить две основных причины происхождения обрядов: как следствие невроза навязчивости, и как побочный эффект наших когнитивных процессов.

С первой причиной все более или менее понятно: описанием подобных случаев занимался Зигмунд Фрейд.

«Навязчивыми действиями в широком смысле могут стать любые виды деятельности, если они скрашиваются небольшими добавлениями, делаются ритмичными благодаря паузам и повторениям. Нельзя ожидать, что «церемониал» удастся строго отделить от «навязчивых действий». В большинстве случаев навязчивые действия произошли от церемониала. Наряду с тем и другим содержа-

нием недуга образуют запреты и недопущения (абулии), которые, собственно говоря, лишь продолжают дело навязчивых действий, поскольку что-то больному вообще не позволено, а что-то другое разрешается только при соблюдении предписанного церемониала» [34, с. 4]. Стоит отметить, что в представлении того, кто совершает обряд, его действия наполнены смыслом и служат некой высшей цели; при том, что постороннему человеку они могут показаться бессмысленными (и таковыми являться).

Сам невроз навязчивых состояний, по мнению Д. Раппопорт, делится на три основные формы ритуалов: проверка, тщательность и мытье.

Ритуалы проверки связаны с контролированием электроприборов, окон, замков и т.д. Ритуалы тщательности относятся к достижению симметрии, а ритуалы мытья связаны с омовением всего, что попадет под руку (себя самого в том числе) не смотря на то, что субъект отправления прекрасно понимает, что тот или иной предмет мыли только что.

Скажем, Майкл Джексон боялся микробов, ел строго ограниченный набор продуктов, приготовленный определенным образом, спал в барокамере, несмотря на риск повреждения сердца и легких. Вероятно, это произошло из-за боязни сердечного приступа, подозрения на который появились в 1990 году [6, с. 156].

Представленный пример подводит нас ко второй возможной причине появления обрядов — побочный эффект когнитивных процессов человека. Одной из таких психических когнитивных адаптаций является так называемый «эффект паспорта», название которому дал Джозеф Колл — руководитель приматологического Института эволюционной психологии им. Макса Планка в Лейпциге. Суть данного эффекта заключается в следующем: например, когда вы собираетесь в путешествие, вы собираете вещи, кладете с собой паспорт, вы прекрасно помните, что положили его в сумку и что к вашему багажу никто не прикасался. Однако перед тем, как отправиться в путь, вы наверняка проверите наличие паспорта. В виде принципа данный эффект будет выражен следующим образом: чем выше вероятность ошибки при принятии какого-либо решения, тем более склонность к перепроверке собственного выбора. Данный эффект наблюдается у гоминид, включая человека. Мы предполагаем, что синдром навязчивых состояний, каким-то образом связан с нарушением эффекта паспорта, но не беремся утверждать, в чем именно состоит нарушение; возможно, в дальнейшем нейрофизиологические исследования прольют свет на эту проблему. Мы считаем необходимым отметить, что синдром навязчивых состояний объясняет стремление к обрядовым действиям лишь в частных случаях.

Как уже упоминалось, эффект паспорта наличествует у обезьян, и этот эффект, помимо прочего, говорит о наличии метапознания, т.е. рефлексии над собственными действиями, что в свою очередь, говорит о наличии теории ума. Собственно, знакомство с экспериментами на обезьянах навело автора данной работы на мысль, что склонность к отпавлению обрядов и механизм их появления является побочным результатом наших когнитивных процессов.

Одним из таких процессов является паттернизация собственной деятельности. То есть, вместо того, чтобы в каждой, особенно знакомой ситуации, «включать мозги» и тратить лишней раз энергию, мы составляем некий стереотип, и действуем в соответствии с ним в дальнейшем. При таком типе обучения удается усваивать довольно большой объем информации, но возникает необходимость изобретать новый паттерн, когда в изменившейся обстановке новый паттерн не срабатывает.

У шимпанзе, например, очень четкий механизм закрепления усвоенной традиции (да-да, у них они тоже есть). Скажем, процесс колки орехов является наиболее затратным, с точки зрения прилагаемых интеллектуальных усилий, но главное здесь то, что у каждой популяции шимпанзе культура колки орехов индивидуальная. Более того, она никогда не меняется, и происходит в строго отведенном месте на протяжении тысячелетий. Приматы, которые вырастают в неволе, не могут догадаться, как это делается, даже если им предоставить все необходимое. Видимо, когда-то начало данным культурам положили шимпанзины гении [16, с. 68–69]. А рядовые шимпанзе могут только повторять.

Собственно, у людей есть точно такая же склонность к ритуализации собственных действий. Наиболее простой пример можно привести при описании посадки картофеля. В каждой семье данный процесс происходит по-разному, и к изменению в его ходе относятся крайне негативно. Да и в целом, можно говорить, что передача культурных традиций происходит максимально точно, а дефекты, которые гарантированно присутствуют, либо устраняются, если в данном культурном процессе важна максимальная точность (например, технология изготовления каменных орудий), либо закрепляются и видоизменяют культуру, создавая новый культурный тип. Нам представляется, что на основе этого когнитивного механизма появляются первобытные охотничьи обряды.

Так, при переходе на новое место, оленеводы обязательно приносят в жертву оленя, дабы задобрить местных духов. Так же рыбаки приносят жертву перед выходом в море, если же жертва не была сделана, то человек, упавший за борт, не спасается, поскольку считается, что духи таким образом берут свое. При удачной охоте на месте добычи часть пойманной туши оставляли духу-владельцу этих мест, или в случае убийства белого медведя жертва приносилась Сэру Ирико — хозяину Белого острова [40, по с. 51].

Вообще, данное отношение к живой природе не уникально, и присутствует у многих племен, описанных, в частности Дж. Фрезером, что говорит, в частности о наличии магического мышления. Однако, как это обычно бывает, в основании данных ритуалов лежат вполне разумные мотивы. Так, например, охотники, которые приносят часть добычи духам, делают это, дабы подкормить медведя, который обитает на данном участке, для того чтобы он не ломал ловушки на дичь. Между охотником и медведем существует некий баланс. Медведя не трогают, убивают только в том случае, если он нарушает баланс, например, начинает ломать эти самые ловушки или совершил нападение на людей. Не убивают медведя еще и потому, что после убийства наверняка придет другой, и неизвестно, какие отношения сложатся с ним. Само животное считается очень умным, способным читать мысли ненцев. Примерно таких же взглядов ненцы придерживаются в отношении волков. Возможно, дело тут в том, что в обществе, которое тесно завязано на охоте, волки и медведи выступают в качестве сверхстимула, т.е. в качестве образца идеального охотника. Сверхстимул — это стимул жизненно важный для выживания, которому в нашем сознании отдается приоритет. Допустим, при создании «палеолитических венер», их гипертрофированные женственные черты выступают сверхстимулами, равно как и изображения на наскальных рисунках мамонтов и мегантереонов (первый — пища, второй — идеальный охотник, с точки зрения ранних *sapiens'ов*). Не менее вероятно, что здесь работает «эффект паспорта»: раз цена ошибки в охоте высока, охотники используют все возможные способы для того, чтобы склонить результат в свою пользу.

Также очень любопытны родильные обряды. Обычно, для рожениц ставились отдельные чумы, который называли самай-мядикю — «поганый чумишко». Если

же возможности поставить отдельный чум не было, то роды принимались в жилом чуме, который после родов считался оскверненным, как и все находившиеся в чуме. Чум после этого подлежит уничтожению. Ненцы верят, что при родах на свет появляется множество духов, например Я-мютя, который записывает продолжительность жизни новорожденного.

Сравним с данными Фрэзера. В Уганде, например, женщина во время беременности считается нечистой, и горшки, до которых она дотронулась, подлежат уничтожению. Аналогично — на острове Кадьяк, близ Аляски, на котором женщина перед родами должна удалиться в специально выстроенную хижину, и она считается столь нечистой, что никто к ней не прикасается [37, с. 277].

Примеров масса. Суть данной неприязни, равно как и ошибок, лежащих в магическом мышлении, следует искать в механизмах работы человеческого сознания. Например, отвращение: данный механизм есть у животных, но только человек способен отказаться от пищи на основании того, что она не там лежала или к ней прикасались. Существенна здесь идея перенесения скверны путем прикосновения, которая является ключевой в контагиозной магии. Само отвращение делится на две части: первичную — это инстинктивная реакция, и вторичную, направленную на абстрактные вещи. Причем, абсолютно во всех культурах принято применять в отношении нравственно нечистых слова, обозначающие первичное отвращение. Например, нацистская пропаганда называла евреев тараканами.

Нам необходимо отметить, что склонность к созданию обрядов особенно высока в условиях, где человек находится в состоянии стресса, и на кону стоит жизнь человека. Так, участники боевых действий в Афганистане, по воспоминаниям одного из участников, выполняли как христианские, так и мусульманские ритуалы, мотивируя это тем, что лучше, когда тебя прикрывают два бога, чем один.

По свидетельству американских исследователей, вероятность получения посттравматической депрессии была выше не у непосредственных участников боевых действий, а у тех, кто напрямую в бой не вступал. На местах боевых действий присутствовали, например, водители, вынужденные находиться под постоянным стрессом. В то время как солдаты находились в жестком цикле распорядка дня, выполняя обычную рутинную работу.

Не менее часто объектом ритуала становится оружие, чистка которого может вполне превратиться в полноценный обряд.

«По свидетельству узников фашистских концлагерей, шанс на выживание там был лишь у тех, кто пытался делать все, что не запрещено: например, чистить зубы, делать зарядку» [16, с. 163].

#### *Литература*

5. Обряд [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D1%80%D1%8F%D0%B4>
6. Фрейд, З. Человек Моисей: психология религии / пер. с нем. А.М. Боковиков. — Москва : Академический проект, 2007. — 186 с.
7. Джулиан, С. История Мозга. 1640 фактов / С. Джулиан; [пер. с англ. О. Перфильева, И. Давыдова]. — Москва: РИПОЛ классик, 2014. — 416 с.
8. Марков, А. В. Эволюция человека. В 2 кн. Кн. 2. Обезьяны, нейроны и душа / А. В. Марков. — Москва : АСТ : CORPUS, 2014 — 512 с.
9. Этнография и антропология Ямала / Г.А. Аксянова, А.Н. Багашев, А.А. Богордаева, и др.; отв. ред. А.Н. Багашев. — Новосибирск : Наука, 2003. — 390 с.
10. Фрэзер, Дж. Дж. Золотая ветвь: Исследование магии и религии / Дж. Дж. Фрэзер; [пер. с англ. М. К. Рыклина]. — Москва: Эксмо, 2006. — 960 с.

## ТЕАТР КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ

*Т.О. Адрианова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *В статье театр рассматривается как социальный институт. Театр не одно тысячелетие многогранно влияет на становление личности, выполняет воспитательную роль, поднимает различные философские вопросы. Посещение театра с юных лет является признаком включенности индивида в социальную систему, присоединение его к определенной интеллектуальной, духовно-нравственной, эстетической части населения города. В нашей работе перечислены и рассмотрены основные социальные функции театра.*

**Ключевые слова:** *коммуникация, регулятивная функция, компенсаторная функция, сублимация*

**Annotation.** *In article the theater is considered as social institute. The theater not one millennium is many-sided influences formation of the person, carries out an educational role, brings up various philosophical questions. Visiting of theater since young years is a sign of an inclusiveness of the individual in social system, its joining to is defined the intellectual, spiritually-moral, esthetic part of the population of a city. In our work the basic social functions of theater are listed and considered.*

**Keywords:** *Communications, regulatory function, compensate function, sublimation.*

В современном высоко институциональном обществе театр работает в соответствии с особенностями и функциями социального института. Современная социологическая теория позволяет рассматривать театр как целостный социальный организм.

Свою историю театр начинает с религиозных поклонений божествам. Персонализация явлений природы в различных божествах требовала вести с ними диалог с помощью различных шаманских и религиозных обрядов. Все присутствующие и жрецы были вовлечены в единое действие, а первым зрителем, в чей адрес направлялось представление, был сам Бог. Тогда же возникает необходимость профессионализации искусства: чем лучше ведется диалог с богами, тем скорее достижение их благосклонности. Здесь сформировалась первая социальная функция театра — идеологическая. Близость жрецов к богам дает им неограниченную власть, а ее силу необходимо поддерживать, значит должна существовать идеологическая доктрина, формирующая необходимое общественное мнение и настроение. Идеальный инструмент — религиозная служба с высоким эмоциональным включением всех присутствующих делает их очень внушаемыми и легко управляемыми. Ответвлением от идеологической функции стало разлекательно-коммерческое направление зарождавшегося театрального искусства. Достаточно вспомнить лозунг римской черни «Хлеба и зрелищ!». Людям необходимо отвлекаться от повседневных забот. В свою очередь, представления приносят определенный доход. Функция развлечения социально необходима. В статье А.В. Захарова «Развлечение sub specie социологии» развлечение рассматривается в ряду таких понятий, как досуг, отдых свободное время. Развлечение определяется здесь, как коммуникация, участники которой занимают противоположные стороны общения, в ходе которого происходит удовлетворение желаний и потребностей развлекающихся, при этом ими присваивается опыт и компетенция Другого. «Нормы традиционной

культуры прямо вменялись в обязанность аристократии вести праздный образ жизни. Высшие классы и сословия были законодателями мод в области развлечений, создателями и хранителями изысканных форм игровой культуры... Т. Веблен термином «подставная праздность» характеризовал функциональное назначение слоя людей, обслуживающих «праздний класс» [1].

Одна из самых важных функций театра — гносеологическая или познавательная. С первых лет жизни ребенок попадает в волшебный мир театра. Здесь он узнает новых сказочных героев, учится понимать, где добро, а где зло, как нужно относиться к окружающим людям, животным. Театр дает основы познания о мире и гармоничном существовании в нем. Маленький зритель уже стремится быть похожим на одного из сказочных героев, впитывает его лучшие качества: отвагу, ум, ловкость, доброту, терпение и верность. Взрослея, юные зрители узнают в театре о глубине чувств и умении любить. Благодаря тому, что на сцене осуществляются постановки зарубежных пьес, происходит обмен социальным опытом от одних стран и народов к другим. В школе театра люди учатся всю жизнь, примеряя на себя множество ролей, жизненных ситуаций, сопереживая, думая и познавая. Тем самым театр имманентно приобретает способность накапливать и транслировать богатейшие познания человечества о мире и человеческих взаимоотношениях. Из этого вытекает регулятивная функция театра. В сфере межличностных взаимоотношений театр, так или иначе, регулирует, влияет на поступки и поведение людей, их духовное состояние. Регулятивная функция театра опирается на мораль, нравственность, обычаи, этикет.

Формирование общественного сознания — еще одна важная социальная функция театра, так как он неотделим от истории страны, национальной

культуры, жизни и интересов народа. Особого подъема театральное искусство достигает тогда, когда отстаивает гуманистические идеи, глубоко и правдиво раскрывает духовные проблемы современного общества, помогает найти ответы на трудные жизненные вопросы. Художественное отражение бытия, утверждение определенных мировоззренческих идей, общественных норм происходит в театре посредством представления, в которое вовлечены и зрители и актеры, которых сближает наличие общих проблем и интересов. Театр имеет большое влияние на формирование эстетического вкуса, нравственности и политической зрелости народа.

М.М. Бахтин считает, что: «Ценностным центром событийной архитектоники эстетического видения является человек не как содержательное себе тождественное нечто, а как любовно утверждаемая конкретная действительность. При этом эстетическое видение отнюдь не отвлекается от возможных точек зрения ценностей, не стирает границу между добром-злом, красотой-безобразием, истиной-ложью; все эти различия знает и находит эстетическое видение внутри созерцаемого мира, но все эти различия не выносятся над ним как последние критерии, принцип рассмотрения и оформления видимого, они остаются внутри его как моменты архитектоники и все равно объемлются всеприемлющим любовным утверждением человека» [2, с. 129–130]. Театр во все времена, в каких бы формах он не проявлялся, каким бы он ни был, всегда должен приносить эстетическое наслаждение, которое связано с радостью восприятия и любованием. Театральное действие разыгрывают актеры, выступающие в роли Других по отношению к зрителю. Эти Другие красивы, пластичны, музыкальны, обаятельны, они обладают магнетизмом, они привлекают и удерживают внимание зрителя. Хороший актер способен погрузить партнеров и зрителей в состояние очарованности миром игры, из которого можно выйти, но совсем не хочется. Они

становятся центром притяжения, почитания, подражания и любви зрителей в театре. Все, начиная с архитектуры здания театра и заканчивая последними аккордами музыки перед занавесом, должно приносить эстетическое удовольствие человеку, пришедшему в театр.

Игровая функция театра оказывает большое влияние на всех, кто соприкасается с театральным искусством. Сопереживая театральному действию, а иногда и становясь активным участником, того что происходит на сцене, зритель забывает о накопившихся проблемах, получает компенсацию за нереализованные в повседневной жизни устремления, возможность открыто проявлять свои эмоции и чувства, ощутить себя непосредственным, как в детстве. «Игровое удвоение мира предполагает сознательное принятие субъектом второго пласта реальности за условное бытие, которое легко может быть уничтожено простым отказом от него, без каких бы то ни было последствий для его жизненного мира. Иными словами, если «Я» не играет, то игрового мира для него не существует, но, вступая в игру, «Я» не отказывается от своего жизненного мира, постоянно осознавая его наличие» [3, с. 57].

Игровая функция театра тесно связана с компенсаторной. Главной целью игры является компенсация не использованной в борьбе за выживание энергии. Й.Хейзинга отмечал, что игра старше культуры, что животные играют точно так же, как люди. Он считал, что основные черты игры уже присутствуют в игре животных. В теории Зигмунда Фрейда одним из главных является понятие смещенной энергии. По его мнению, высвобождение энергии и ослабление напряжения может происходить в разных формах. В тех случаях, когда по каким-то причинам объект для удовлетворения инстинкта не достижим, внимание и желание человека может сместиться и сфокусироваться на каком-нибудь другом занятии или объекте. «При известных благоприятных условиях субъекту еще удастся найти, исходя из своих фантазий, другой путь в реальный мир вместо того, чтобы уйти от этого реального мира. Если враждебная действительности личность обладает психологически еще загадочным для нас художественным дарованием, она может выражать свои фантазии не симптомами болезни, а художественными творениями, избегая этим невроза и возвращаясь таким обходным путем к действительности. Там же, где при существующем несогласии с реальным миром нет этого драгоценного дарования, или оно недостаточно, там неизбежно либидо, следуя самому происхождению фантазии, приходит путем регрессии к воскрешению инфантильных желаний, а, следовательно, к неврозу» [4, с. 378]. По мнению Фрейда, вся современная цивилизация является результатом смещения сексуальной и агрессивной энергии. Сублимация — это, по Фрейду, защитный механизм, дающий возможность человеку в целях адаптации изменить свои импульсы таким образом, чтобы их можно было выразить посредством социально приемлемых мыслей и действий. «Историки культуры, по-видимому, согласны с предположением, что благодаря такому отклонению сексуальных сил влечений от сексуальных целей и направлению их на новые цели — процессу заслуживающему название сублимации, освобождаются могучие компоненты для всех видов культурной деятельности; мы прибавили бы, что такой же процесс протекает в развитии отдельного индивида, и начало его переносим в сексуальный латентный период детства» [5, с.153]. Сублимация является здоровой, конструктивной стратегией обуздания нежелательных инстинктов.

Театральная игра становится одной из форм смещения активности — сублимации. Театральное действие выступает как форма сублимации потенциально опас-



ных для общества личностных ресурсов. Значительная часть личностного потенциала, если позволить ей реализоваться, может иметь разрушительные последствия (например, агрессивность). Театральное представление, ограничивая потенциально опасные виды деятельности жесткими правилами, сценическими условиями позволяет не только дать выход энергии, но и нейтрализовать ее опасные последствия. В то же время энергия, не получающая выхода, разрушает личность. Сценическая игра, непосредственное участие зрителя в ней, таким образом, выступает компромиссом между природой человека и обществом. Театральное искусство дает возможность человеку компенсировать недостаток выплеска энергии, агрессии, желаний, эмоций в повседневной жизни, найти душевное равновесие человека самого с собой.

Знаковая или семиотическая функция театра представляет собой определенную знаковую систему театра, которую каждый раз попадая на спектакль, осваивает зритель. Без изучения языка театра не возможно во всей глубине наслаждаться достижениями сценического искусства. Декорация, театральные свет, костюмы, музыка, игра актеров все несет эмоциональный и философский настрой создателей спектакля. В театре нет мелочей, настоящий театральные зритель должен научиться понимать все тонкости сценического языка.

Коммуникативная функция театра предусматривает то, что в ходе театрального действия актеры и зрители обмениваются различными настроениями, чувствами, идеями и представлениями. Это и есть человеческая коммуникация, когда информация передается, уточняется, преобразуется между двумя субъектами, в данном случае, представителями сцены и зрительного зала. Ю.М. Лотман утверждает, что: «Спектакль, с одной стороны, ведет диалог с пьесой, но с другой — со зрителем. Это два разных диалога, и спектакль раскрывается в них по-разному. Ни одно из искусств не связано так непосредственно с реакцией аудитории, не реагирует на эту реакцию столь немедленно и активно, как театр. Сама возможность диалога — одно из важнейших и труднейших завоеваний культуры, и потеря диалога со зрителем — гибель театральной культуры» [6, с. 607]. Общение — это не только обмен информацией, оно предполагает взаимное воздействие на поведение партнера с целью его изменения. В театре такой взаимообмен налицо: все сценические средства воздействуют на зрителя, его мировоззрение, зритель в свою очередь является тоже создателем спектакля, своими реакциями, сопереживанием он вступает в диалог с создателями театрального действия, расставляет свои акценты в спектакле. Коммуникация возникает тогда, когда субъекты обладают единой языковой и знаковой или схожей системой кодирования и декодирования информации. В театре общение происходит на родном для зрителя языке, актер, сценограф и режиссер должны стремиться к максимальной выразительности сценического оформления, пластической и речевой яркости театральных персонажей.

Посещение театра с юных лет является признаком включенности индивида в социальную систему, присоединение его к определенной интеллектуальной, духовно-нравственной, эстетической части населения города. В этом заключается стратифицирующая функция театра.

«Социализация (лат. *socialis* общественный) — присвоение индивидом элементов культуры и усвоение социальных норм и ценностей, на основе которых формируются социально значимые черты личности» [7, с. 153]. Театр является незаменимым социализирующим инструментом. Посещая театральные постановки, человек осваивает знания, нормы, ценности, принятые в той или другой общности людей, но

воспринимает, впитывает их не пассивно, а преломляя через свою индивидуальность, через свой жизненный опыт. Благодаря этому происходит становление личности. Социализация в то же время является и интериоризацией, то есть переходом внешних для индивида общественных отношений в его внутренний духовный мир.

Аксиологическая или ценностная, оценочная функция театра обусловлена вопросом, поставленным еще Сократом «Что есть благо?». На протяжении развития человечества понятия о «добре» и «зле», «полезности» и «вредности» менялись не однократно, но общечеловеческое «ядро» ценностей оставалось неизменным, и чем сложнее и более развитым становилось общество, тем шире становился круг жизненных ценностей. Театр, ежедневно ведя диалог со зрителем, не может оставаться в стороне от утверждения личностных и общественных ценностей, тем самым он воспитывает и направляет, утверждает и защищает такие общечеловеческие богатства, как нравственность, патриотизм, верность, сострадание, справедливость, любовь. «Театр есть общий канал, по которому от мыслящей, лучшей части народа струится свет истины, мягкими лучами она распространяется затем по всему государству. Более верные понятия, более высокие правила поведения, более чистые чувства растекаются отсюда по всем жилам народа; туман варварства и мрачного суеверия рассеивается, мрак уступает победоносному свету» [8, с.21-22]

#### *Примечания*

1. Захаров А.В. Развлечение sub specie социологии // Социологические исследования. Наука. — 2008. — № 1.
2. Бахтин М.М. К философии поступка. Философия и социология науки и техники. Ежегодник. 1984-1985 г. — М., 1986. — С. 129–130.
3. Ретюнских Л.Т. Игра как она есть, или онтология игры. — М., 1997. — С. 57.
4. Фрейд З. Психология бессознательного. Проблемы метапсихологии. — М.: Просвещение, 1989. — С. 378.
5. Фрейд З. Психология бессознательного. Психология детских неврозов. — М.: Просвещение, 1989. — С. 153.
6. Лотман Ю.М. Об искусстве. — СПб., 1998. — С. 607.
7. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. — М., 1995. — 349 с. — С. 153.
8. Шиллер Ф. Театр, рассматриваемый как нравственное учреждение (1784): Собр. соч.: в 7 т. — М.: Госполитиздат, 1957. — Т. 6. — 791 с. — С. 21–22.

## ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ РЫНКА ТРУДА В ХМАО — ЮГРЕ

*Д. Алимов*

*Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева —  
филиал ТюмГУ*

На современном этапе развития России одной из наиболее трудно решаемых проблем остается слаженное и гармоничное функционирование рынка труда. Прочно утвердилось мнение о том, что отечественный рынок труда неразрывно связан с таким понятием, как «безработица», а предложение труда чаще всего ассоциируется с незанятым населением. В какой-то мере такой подход к проблеме является верным, ведь особенности мирового финансово-экономического

кризиса непосредственно влияют на ситуацию на рынке труда, как в развитых, так и развивающихся странах<sup>1</sup>.

Цивилизованный рынок труда в ХМАО-ЮГРЕ находится в стадии становления. В советский период его развитие сдерживалось, с одной стороны, высокой монополизацией экономики, жестким государственным регулированием заработной платы, с небольшой ее дифференциацией в зависимости от результатов труда, отсутствием рынка жилья, административными ограничениями на переезд в другие города, стабильной социальной политикой.

С другой стороны, работников привязывало к предприятиям высокая доля услуг, льгот, получаемых за счет социальных фондов предприятий, которые в первую очередь предоставлялись лицам, имевшим большой стаж работ на данном предприятии. В частности, работники крупных предприятий получали жилье, могли устроить своих детей в детский сад, лагерь, получить бесплатные или льготные путевки в дома отдыха, профилактории, санатории и т.д.

Вместе с тем политика, государства на планомерное распределение и перемещение работников, не исключала стихийной миграции, скажем переезда людей из районов Дальнего Востока и Севера в более обустроенную Европейскую часть бывшего Советского Союза.

В результате радикальных реформ 90-х годов в ХМАО-ЮГРЕ была разрушена новая система движения кадров, государство устранилось от регулирования заработной платы, установив на национальном уровне размер минимальной заработной платы. Появилась чрезмерная дифференциация оплаты труда, длительные задержки и с выплатой уже заработанной платы, которые ограничивают мобильность рабочей силы, не создан и рынок жилья, за исключением отдельных городов.

Кроме того, и сегодня сохраняются и другие дестабилизирующие факторы, сдерживающие завершение формирования рынка труда. К ним относят:

— затяжной спад и депрессия производства, вызванные общим кризисом (кризисом экономической и политической систем, структурными деформациями, разрывом хозяйственных и технологических связей и др.) выход из которого наметился только в начале XXI в.<sup>2</sup>;

- несовершенство законодательной базы;
- рост скрытой безработицы;
- малоэффективная конверсия производства;
- неконтролируемая миграция населения и рабочей силы;
- недостаточная взаимосвязь административных и рыночных методов регулирования занятости;
- отсутствие информации о вакансиях за пределами места проживания.

Снижение удельного веса получателей государственной услуги по психологической поддержке безработных граждан, в численности безработных граждан, зарегистрированных в органах служб занятости в 2012 году обусловлено значительным снижением численности безработных граждан, зарегистрированных в центрах занятости населения, а так же услуга по психологической поддержке не является востребованной и популярной среди безработных граждан (по личному заявлению обратилось безработных граждан на 54% меньше, чем по предложению центров занятости).

<sup>1</sup> Шишкина Е.С. Российский рынок труда: проблемы и перспективы // Вестник СамГУ. — 2012 г. — №10 (101). — С. 201-206.

<sup>2</sup> Гага В.А. и др. Экономика и социология труда: (социально-трудовые отношения): учебник — Томск: Изд-во Томского госуниверситета, 2008. — 340 с.

Фактическая численность получателей услуги по социальной адаптации безработных граждан и психологической поддержке составила: в 2013 году — 2217 человек, в 2014 году — 2239 человек, планируется в 2015 году — 2265 человек, а 2016 году — 2265 человек.

В 2014 году, установленный Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации норматив доступности государственной услуги (20%) в 2014 году выполнен и увеличен на 11,1%.

Удельный вес численности безработных граждан, прошедших профессиональную подготовку, переподготовку, повышение квалификации (1903 чел.), в численности безработных граждан, зарегистрированных в органах служб занятости в 2014 году (17295 чел.) составил 11%. Можно отметить, что данный показатель достигнут наравне с Тюменской областью и является одним из лучших показателей на уровне УРФО (средний показатель в УРФО составил 8,5%)

Трудоустроенных граждан после профессионального обучения составило 85% от числа завершивших профессиональное обучение (1898 человек). В 2014 году 67 безработных граждан прошли обучение под гарантированное рабочее место работодателем.

В ХМАО — Югре безработица — одна из главных социальных проблем, как населения, так и государственных служб. Число соискателей растет каждый год.

Прогнозы экспертов неутешительные: они твердят, что безработица продолжает расти. Причина увеличения незанятого населения — медленный рост экономического развития в стране. Не радует современное состояние и перспективы развития рынка труда в ХМАО — Югре и работников бюджетных организаций. Прогнозируются сокращения среди работников образования, финансовой сферы, здравоохранения.

Работодатели учитывают особенности регионального рынка труда в настоящее время и по-своему пользуются этим. Так как конкуренция среди желающих устроиться на работу большая, работодатели уменьшают уровень зарплаты и ставят ограниченные требования кандидатам. Поэтому бывает, что хорошие специалисты соглашаются работать за минимальную зарплату.

Статистические показатели улучшаются, но не показывают абсолютной эффективности.

Уровень безработицы на декабрь 2014 года по данным Федеральной службы государственной статистики составляет 5,6%<sup>1</sup>, таков же практически и показатель региональной политики по устранению социальных противоречий в изучаемом регионе.

Уровень безработицы, как важного социального фактора, определяющего противоречия, (отношение численности безработных к численности экономически активного населения) в декабре 2014 г. составил 5,6% (без исключения сезонного фактора).

Анализ уровня безработицы по методологии МОТ (т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю)

Уровень занятости населения (отношение численности занятого населения к общей численности населения обследуемого возраста) в феврале 2014 г. составил 64,8%.

Как показывают материалы обследований населения по проблемам занятости в феврале 2014 г. около 72% безработных искали работу самостоятельно, без содействия служб занятости. При этом мужчины реже обращались в службы

<sup>1</sup> Уровень безработицы в России в 2014 году. — [Интернет ресурс] — Кадровые агентства России. Режим доступа: <http://person-agency.ru/statistic.html>.

занятости в поисках работы, чем женщины. Среди безработных мужчин доля ищущих работу с помощью служб занятости в феврале 2014 г. составила 25,5%, среди безработных женщин — 31,6%. Наиболее предпочтительным является обращение при поиске работы к помощи друзей, родственников и знакомых — в феврале 2014 г. его использовали 63,6% безработных. Поиск работы в средствах массовой информации и интернете — второй по популярности способ поиска работы, который использовали более трети безработных.

Безработица по полу и виду поселения. Среди безработных, по методологии МОТ, доля женщин в декабре 2014 г. составила 44,8%, доля городских жителей — 63,3%.

Безработица городского и сельского населения характеризуется превышением уровня безработицы среди сельских жителей по сравнению с уровнем безработицы среди городских жителей. В феврале 2014 г. это превышение составило 1,9 раза.

Возрастной состав безработных. Средний возраст безработных на декабрь 2014 г. составил 36,2 года. Молодежь до 25 лет среди безработных составляет 22,2%, в том числе в возрасте 15–19 лет — 3,7%, 20–24 лет — 18,5%. Высокий уровень безработицы отмечался в возрастной группе 15–19 лет (29,0%) и 20–24 лет (12,0%). По сравнению с февралем 2013г. уровень безработицы в возрасте 15–19 лет уменьшился на 0,7 процентного пункта, в возрасте 20–24 лет — на 1,2 процентного пункта.

В среднем среди молодежи в возрасте 15–24 лет уровень безработицы на декабрь 2014года. составил 13,4%, в том числе среди городского населения — 11,7%, среди сельского населения — 18,1%. Коэффициент превышения уровня безработицы среди молодежи в среднем по возрастной группе 15–24 лет по сравнению с уровнем безработицы населения в возрасте 30–49 лет составляет 2,9 раза, в том числе среди городского населения — 3,2 раза, сельского населения — 2,3 раза.

Продолжительность поиска работы тоже важный фактор проявления социального фактора. Среди безработных 31,1% составляют лица, срок пребывания которых в состоянии поиска работы (безработицы) не превышает 3-х месяцев. Один год и более ищут работу 29,9% безработных (застойная безработица).

Среди сельских жителей доля застойной безработицы составила 34,8%, среди городских — 27,0%.

Наличие опыта работы становится во многих отраслях определяющим аспектом. В численности безработных 26,0% составляют лица, не имеющие опыта трудовой деятельности. В декабре 2014 года их численность по сравнению с февралем 2013 года уменьшилась на 6,9%. В числе безработных, не имеющих опыта трудовой деятельности, 12,4% составляет молодежь до 20 лет, 43,4% — от 20 до 24 лет, 17,7% — от 25 до 29 лет.

На декабрь 2014 года среди безработных доля лиц, оставивших прежнее место работы в связи с высвобождением или сокращением численности работников, ликвидацией организации или собственного дела, составила 17,7%, а доля лиц, оставивших прежнее место работы в связи с увольнением по собственному желанию — 25,9% (в декабре 2013г. — соответственно 16,6% и 27,5%).

Правительство обещает пересмотреть законы о труде и пособиях по безработице, увеличить размер прожиточного минимума. Разрабатываются программы обучения и повышения квалификации для работников разных сфер деятельности.

По результатам опроса работодателей крупных предприятий, можно сделать вывод: найти работу в 2015 году будет еще сложнее. Большая часть компаний призналась, что новых сотрудников нанимать не собирается. Они предпочитают развивать профессионализм уже имеющегося персонала, если возникает необходимость.

В стране предвещают проблемы неполной и избыточной занятости в некоторых сферах российского рынка труда в будущем году. Например, в машиностроении большинство секторов работали неполный рабочий день или неполную неделю. А вот работники торговли превышают норму рабочего времени<sup>1</sup>.

Таким образом, налицо ряд проблем, которые присутствуют на рынке труда РФ: малоэффективная работа государственных органов с безработными, неведение граждан в помощь государства, большая безработица в сельской местности и многое другое.

Российская экономика в целом, и региональная в частности, пребывает в состоянии кризиса. Рыночные взаимоотношения в стране в последние годы вызывают увеличение числа безработных. Большая часть экономически активных граждан не имеют постоянного места работы. Полностью избавиться от безработицы никому в мире не удалось. Можно только снизить ее количество. Существует ряд методов способных помочь в решении этой нелегкой задачи.

Методы снижения числа незанятого населения:

- усовершенствование программ, которые помогают в поисках работы;
- организация профсоюзов;
- введение уровня эффективной заработной платы, которая превышает рыночную оплату труда;
- материальная помощь или поощрения работодателю, активно помогающего снизить безработицу в стране;
- создание рабочих мест молодому поколению;
- контроль над уровнем заработной платы и ее занижением на предприятиях;
- обучение новым специальностям и профессиям;
- стимулирование самозанятости населения;
- поддержка и развитие нетрадиционной занятости;
- усовершенствование работы бирж труда.

Методы снижения числа безработных должны быть нацелены, на поддержку населения в поиске места работы, помощи в переподготовке кадров, а также на существенное снижение уровня незанятого населения.

Безработные обязаны и сами активно искать себе место работы, кроме того, что этому будет способствовать государственная программа. В поиске помогают объявления, участие в конкурсах, рекрутинговые агентства, биржи труда, знакомые и родственники.

Недавно был принят закон для недопущения дискриминации на рынке трудоустройства. В объявлениях о поиске сотрудника работодатель не имеет права указывать на какие-либо ограничения кандидата: возраст, цвет кожи, пол, место жительства, религию, семейное положение.

Основные последствия низкой занятости населения:

- снижается прибыльность;
- медленная активность работника после длительной безработицы;
- низкое развитие экономической стороны жизни людей;
- снижается уровень психического комфорта граждан;
- недоверие правлению страны;
- теряется уровень квалификации специалистов;
- снижается ВВП государства;
- увеличивается уровень налогообложения работающего населения;
- растёт уровень криминальных нарушений.

<sup>1</sup> Перспективы рынка труда в России в 2014 году. — [Интернет ресурс] — О персонале.ру. Режим доступа: <http://opersonale.ru/podbor-i-trudoustrojstvo/rynok-truda/perspektivy-rynka-truda-v-rossii-v-2014-godu.html>.

Затяжная безработица приводит человека к деградации его личности, неуважения к себе, потере уверенности в будущем. Постоянное пребывание в состоянии стресса ухудшает здоровье, а без наличия денег на начальное лечение вызывает хронические трудные заболевания. Такие последовательности приводят к повышению уровня алкоголизма, наркомании, воровства. Таким образом, рынок труда в России и занятость населения формируют социальное развитие страны.

Экономические, психологические и социальные последствия высокого уровня безработицы говорят о том, что она негативно сказывается на состоянии и развитии целой страны. Необходимо не только устранять последствия, но и проводить профилактические мероприятия для минимизации незанятого населения.

В период быстрых изменений практически во всех сферах никакая система обучения не успеет за изменениями рынка труда. Может так случиться, что для того, чтобы быть нужным специалистом, необходимо будет учиться почти всю жизнь.

Современный рынок труда — показатель национального благосостояния, стабильности и экономического развития страны. В эпоху постоянных перемен возникают новые требования к квалификации работников, уровню подготовки специалистов, возникает острая конкуренция между соискателями.

Востребованные и квалифицированные работники распределились во всех областях деятельности, хотя наиболее развита сфера компьютеризации.

Работодатели постоянно ищут хороших системных администраторов, программистов. Наблюдается излишек менеджеров. Специалисты по изучению рынка труда прогнозируют, что специалисты, в которых сегодня наблюдается дефицит, будут востребованы и через 5 лет<sup>1</sup>.

Конечно, основным регулятором и фактором развития рынка труда любого государства будет являться государственная политика в области рынка труда и трудовых отношений в целом.

В условиях рыночных отношений региональная политика должна вырабатываться с учетом децентрализации экономики, укрепления финансово-хозяйственной самостоятельности политических и административно-территориальных единиц, изменения и перераспределения функций между центром, субъектами РФ и органами местного самоуправления<sup>2</sup>.

Основными задачами региональной политики в области регулирования рынка труда являются:

- содействие в реализации прав граждан на свободное распоряжение своими способностями к труду и достойный труд по свободно выбранному роду деятельности и профессии;
- обеспечение реализации прав граждан на защиту от безработицы;
- обеспечение соблюдения прав в области охраны труда и его оплаты, а также предотвращение нарушений прав трудящихся, в том числе дискриминации в сфере труда;
- содействие обеспечению работодателей рабочей силой в необходимом количестве и требуемой квалификации.

Решение задач по содействию занятости населения и обеспечению экономики и социальной сферы квалифицированными трудовыми ресурсами предусматривается обеспечить путем повышения эффективности функционирования рынка труда при соблюдении трудовых прав и гарантий для граждан Российской Федерации.

<sup>1</sup> Перспективы рынка труда в России в 2014 году. — [Интернет-ресурс] — О персонале.ру. Режим доступа: <http://operonale.ru/podbor-i-trudoustrojstvo/rynok-truda/perspektivy-rynka-truda-v-rossii-v-2014-godu.html>

<sup>2</sup> Цели и задачи региональной государственной политики. — [Интернет-ресурс] — Экономика труда. Режим доступа: <http://laboureconomics.ru/regioneconomics/88-targets>.

С этой целью предполагается проведение модернизации механизмов реализации государственной политики на рынке труда и внедрение инновационных методов государственного регулирования в области содействия занятости населения.

#### МОДЕЛИРОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ И ТЕХНОЛОГИЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА РЫНКЕ ТРУДА

Приоритетными направлениями государственной и региональной политики в области регулирования рынка труда должны являться:

- совершенствование законодательства Российской Федерации в области содействия занятости населения;
- совершенствование системы мониторинга и прогнозирования ситуации на рынке труда;
- обеспечение сбалансированности профессионального образования и спроса на рабочую силу;
- развитие региональных рынков труда и повышение территориальной мобильности рабочей силы;
- развитие кадрового потенциала;
- оптимизация привлечения иностранной рабочей силы;
- стимулирование экономической активности населения;
- повышение качества рабочих мест<sup>1</sup>.

#### *Литература*

1. Гага В.А. и др. Экономика и социология труда: (социально-трудовые отношения): учебник — Томск: Изд-во Томского госуниверситета, 2008. — 340 с.
2. Достойный труд — основа стабильного общества [Текст] : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Часть 1 (Екатеринбург, 15–17 ноября 2012 г.): [в 2 ч.]. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2012
3. Шишкина Е.С. Российский рынок труда: проблемы и перспективы. // Вестник СамГУ. — 2012 г. — №10 (101). — С. 201–206.
4. Перспективы рынка труда в России в 2014 году. — [Интернет ресурс] — О персонале.ру. Режим доступа: <http://opersonale.ru/podbor-i-trudoustrojstvo/rynok-truda/perspektivy-rynka-truda-v-rossii-v-2014-godu.html>
5. Уровень безработицы в России в 2014 году. — [Интернет ресурс] — Кадровые агентства России. Режим доступа: <http://person-agency.ru/statistic.html>.
6. Цели и задачи региональной государственной политики. — [Интернет ресурс] — Экономика труда. Режим доступа: <http://laboureconomics.ru/regioneconomics/88-targets>

## СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ СРЕДА РЕГИОНА В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

*Л.Ф. Балина, Е.Е. Колтунов*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** Трансформации российского общества разного порядка (культурные, социально-экономические и др.) накладывают отпечаток на культурную политику, приоритетным направлением которой является обеспечение равных возможностей доступа к ценностям культуры.

<sup>1</sup> Достойный труд — основа стабильного общества: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Часть 1 (Екатеринбург, 15–17 ноября 2012 г.): [в 2 ч.]. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2012.



**Annotation.** *Transformation of Russian society of different orders (cultural, social, economic). Is imprinted on the cultural policy, the priority of which is to ensure equal opportunities for access to cultural values.*

Регион как социокультурная среда в интересах своего развития влияет на все стороны функционирования населения, подчиняя его интересы своим. Необходимо иметь в виду ряд особенностей региона, его административных составляющих — экономических, национальных, социокультурных, географических, климатических, смешанно административных, а нередко политических.

Тюменская область, в целом, как сложнопостроенный субъект приковывает к себе особенное внимание. Можно выделить ряд особенностей современной социокультурной ситуации, которые определяются как специфическими местными факторами, так и общероссийскими процессами:

- экономические реалии региона, что связано с освоением новых месторождений, развитием социальной сферы;
- исторически традиционная неоднородность социокультурного пространства в регионе;
- полиэтничность, усиливающаяся за счет интенсивных миграционных процессов;
- неравномерность социокультурного развития округов, городских и муниципальных населенных пунктов, неодинаковые условия как для развития социокультурного потенциала, так и для его реализации;
- в жизнь населения входят информационные технологии;
- существует определенный потенциал художественной культуры края, по данному профилю, активно работают писатели и поэты, профессиональные и самодеятельные творческие коллективы и т.д.

В данном контексте проблема разработки региональных программ социокультурного развития ввиду углубления противоречий, сложившихся в социально-культурной сфере, представляется весьма важной. Именно так заявлял коллектив ученых, занимавшихся изучением проблем и перспектив развития культуры в рамках одного города (Тюмень). При этом предполагая, что анализ состояния культуры (муниципальные учреждения культуры клубного типа; библиотечное обслуживание населения; художественно-эстетическое образование) позволит разработать программу развития отрасли на ближайшие 5—10 лет. Инструментарий анализа послужит научной основой для разработки и внедрения наиболее эффективных форм и методов деятельности учреждений социокультурной сферы. Действительно исследование специфики социокультурных процессов подчеркивает проблему социокультурных практик как способов деятельности, регулируемых определенными социальными закономерностями, установленными и закрепленными в культуре. Так региональная культурная политика выступает в качестве важнейшего стратегического ресурса.

Культурное выравнивание муниципальных образований в региональном пространстве, т.е. создание равных условий для доступа к культурным ценностям и реализация права на культурное саморазвитие личности, и формирование единого (целостного) культурного пространства открывают широкие перспективы для совершенствования региональной и муниципальной инфраструктуры сферы культуры, способствуют повышению уровня культуры жителей поселений, что позволит, в конечном итоге, повысить качество жизни населения автономного округа.

К 2020 году в сфере культуры Ямало-Ненецкого автономного округа в рамках реализации стратегической цели, заявленной в Стратегии социально-экономического развития Ямало-Ненецкого автономного округа в части культуры, планируется:

- максимальное обеспечение отрасли профессиональными кадрами;

— обеспечение населения автономного округа в учреждениях культуры и искусства согласно нормативной потребности;

— модернизация материально-технической базы учреждений культуры, в том числе, учреждений дополнительного образования сферы культуры;

— сохранение культурного наследия автономного округа путем развития музейного и библиотечного дела, поддержки многообразия культурно-досуговой деятельности, развития кинообслуживания населения, повышения качества образования в сфере культуры и искусства, создания условий для сохранения и развития народных художественных промыслов и декоративно-прикладного творчества.

Проведение Арктического форума, где обсуждались эти стратегические цели социокультурного развития Ямала, позволило системе управления выявить сильные и слабые стороны существующей модели; экспертные оценки показали, что «неэкономические факторы», в том числе — ресурсы культуры способны серьезным образом влиять на корректировку и выбор управленческих механизмов, способствовать повышению результативности модернизационных изменений не только ЯНАО, но и Арктики в целом.

Следует констатировать, что управленческая деятельность департамента культуры ЯНАО находится на достаточно высоком уровне. Однако следует направить усилия на предоставление населению автономного округа услуг учреждений культуры и искусства на труднодоступных и отдаленных территориях и возможно посредством передвижных культурных комплексов, на базе хорошо оснащенного культурного учреждения в ближайшем по расположению районном центре или ином более или менее крупном селе. Подобного рода практика существует в муниципальных районах юга Тюменской области для жителей, нуждающихся в качественных услугах, предоставляемых учреждениями культуры, но лишенных такой возможности в силу неразвитости транспортной инфраструктуры. Для этого на базе передвижного культурного комплекса необходимо осуществить: формирование кадров, высокий уровень материально-технического обеспечения, разнообразный репертуар, организацию работы хореографических и вокальных самодеятельных кружков, организацию студии звукозаписи, приобретение тренажерного оборудования и пр.

Таким образом, культурная политика России в XXI веке как главная движущая сила инновационной модернизации российского общества способствует обретению новой духовно-национальной идентичности регионов Российской Федерации в условиях глобализации мирового развития.

Региональная культурная политика является основанием практического укрепления федеративных отношений в многонациональном Российском государстве и сохранения культурного многообразия в нашей стране, развития межкультурных коммуникаций, социально-культурной деятельности, экономической, правовой и управленческой культуры в регионах России.

#### *Библиографический список*

1. Указ Президента РФ «Об утверждении Основ государственной культурной политики» от 24 декабря 2014 № 808 // Федеральное законодательство: Департамент культуры Ямало-Ненецкого автономного округа. 2014. — URL : <http://fapmc.ru/rospechat/newsandevents/newsagency/2014/12/item25/main/custom/00/0/file.pdf> (дата обращения : 30.12.2014).
2. Закон ЯНАО «О культуре в Ямало-Ненецком автономном округе» от 27 апреля 2011 года № 38-ЗАО // Законодательство ЯНАО : Департамент культуры Ямало-Ненецкого автономного округа. 2014. — URL : <http://культураяамала.рф/dokumenty/bazovoe-zakonodatelstvo/314-zakon-yanao-o-kulture-v-yamalo-nenetskom-avtonomnom-okruge-ot-27-aprelya-2011-goda-38-zao.html> (дата обращения : 03.08.2014).

3. Закон ЯНАО «О программе социально-экономического развития Ямало-Ненецкого автономного округа на 2012-2016 годы» от 24 декабря 2012 года № 148-ЗАО.
4. Постановление Законодательного Собрания ЯНАО «О стратегии социально-экономического развития Ямало-ненецкого автономного округа до 2020 года» от 14 декабря 2011 г. № 839.
5. Постановление Правительства ЯНАО «Об утверждении государственной программы Ямало-Ненецкого автономного округа «Основные направления развития культуры на 2014–2020 годы» от 25 декабря 2013 года № 1122-П // Законодательство ЯНАО: Департамент культуры Ямало-Ненецкого автономного округа. 2014. — URL : <http://культураямала.рф/okr-programmi/772-postanovlenie-pravitelstva-ya-nao-ob-utverzhdenii-gosudarstvennoj-programmy-yamalo-nenetskogo-avtonomnogo-okruga-osnovnye-napravleniya-razvitiya-kultury-na-2014-2020-gody-ot-25-dekabrya-2013-goda-1122-p.html>. — (дата обращения : 03.08.2014).
6. Распоряжение Правительства ЯНАО «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по повышению эффективности сферы культуры Ямало-Ненецкого автономного округа» от 28 февраля 2013 года № 96-РП // Законодательство ЯНАО : Департамент культуры Ямало-Ненецкого автономного округа. 2014. — URL : <http://культураямала.рф/ukaz-prezidenta-597/887-dor-karta.html>
7. Арктический культурный форум «Культура как стратегический ресурс развития современного общества» // Департамент культуры Ямало-Ненецкого автономного округа. 2014. — URL : <http://культураямала.рф/god-kultury/805-arkticheskij-kulturnyj-forum> (дата обращения : 08.09.2014).
8. Арктический культурный форум // Культура Ямала. — 2014. — № 1. — С. 6–10.
9. Арктический культурный форум : как это было // Культура Ямала. — 2014. — № 3. — С. 6–10.
10. Акулич, Е. М. Проблемы реализации региональной культурной политики : социокультурный анализ / Е. М. Акулич, М. М. Акулич // Социокультурные проблемы развития регионов России в условиях кризиса: материалы Тюменского социологического Форума 15-16 октября 2009 года / под ред. М. М. Акулич, Г. С. Корепанова, В. А. Юдашкина. — Тюмень : Тюменская областная Дума, Тюменский государственный университет, Тюменский государственный нефтегазовый университет, 2009. — С. 73–78.
11. Арефьева, Н. Т. Прогнозирование социокультурного развития: теоретико-методологические подходы : автореф. дис. ... д-ра филос. наук: 24.00.01 / Арефьева Нина Тимофеевна. — Москва, 2011. — 39 с.
12. Астафьева, О. Н. Цели и приоритеты современной культурной политики: научно-теоретическое обоснование / О. Н. Астафьева // Второй Российский культурологический конгресс с международным участием «Культурное многообразие: от прошлого к будущему» : программа, тезисы докладов и сообщений. — Санкт-Петербург: ЭЙ-ДОС; АСТЕРИОН, 2008. — С. 95.
13. Астафьева, О. Н. Культурная политика России : теория — реальность — перспектива / О. Н. Астафьева // Государственная служба. — 2010. — № 1. — С. 68–73.
14. Астафьева, О. Н. Теория и практика культурной политики : смыслы — образы — действия / О. Н. Астафьева // Государственная служба. — 2014. — № 1. — С. 71–79.
15. Балина, Л. Ф. Методология исследования социокультурного пространства Тюменского региона // Социокультурная динамика и экономическое развитие Тюменского региона. XXI век : материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 60-летию Тюменской области и 10-летию Тобольского индустриального института. — Тобольск : Изд-во ТГПИ имени Д.И. Менделеева, 2004. — С. 32–36.
16. Беспалова, Ю. М. Региональное пространство российской культуры : проблемы, противоречия и пути решения / Ю. М. Беспалова // Глобализация, федерализм и региональное развитие : сборник тезисов. — Тюмень : Изд-во ТюмГУ, 2001. — С. 78–81.
17. Востряков, Л. Е. Культурная политика : основные концепции и модели / Л. Востряков // Веб-портал «Культурное наследие Архангельского Севера». 2014. — URL : <http://www.dvinaland.ru/culture/Publications/EoC/EoC2004-1/07.pdf> (дата обращения : 01.09.2014).
18. Ганопольский, М. Г. Тюменская область : от обустройства — к столпотворению / М. Г. Ганопольский // Глобализация. Федерализм и региональное развитие : сборник тезисов. — Тюмень : Издательство ТюмГУ, 2001. — С. 107–108.

19. Захарова, Л. Н. Региональная культура : теория, методология, практика : монография / Л. Н. Захарова, Ф. Д. Фахрутдинова. — Тюмень : РИЦ ТГАКИиСТ, 2013. — 132 с. : 8 с. ил.
20. Зубков, К. И. Индустриальное и социокультурное развитие Ямала в XX веке : типология северного освоения в российском преломлении / К. И. Зубков // Российская академия наук Уральское отделение : Ямальский филиал института истории и археологии. 2014. — URL: [http://yamal.uran.ru/index/ru/articles?paper\\_id=19](http://yamal.uran.ru/index/ru/articles?paper_id=19) (дата обращения : 30.07.2014).
21. Итоговая информация о состоянии, проблемах и перспективах развития отрасли «Культура» в Ямало-Ненецком автономном округе в 2013 году // Статистика и анализ : Годовой отчет : Департамент культуры Ямало-Ненецкого автономного округа. 2014. — URL : <http://культураямала.рф/statistika-i-analiz/godovoj-otchjot> (дата обращения : 22.12.2014).
22. Кобылкин, Д. Н. Совершенствование государственной политики занятости населения в арктических регионах России : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 : защищена 31.01.2012 / Кобылкин Дмитрий Николаевич. — Москва, 1012. — 26 с.
23. Колтунов, Е. Е. Социокультурная доминанта становления регионов / Е. Е. Колтунов, Л. Ф. Балина // Социум. Культура. Личность. Досуг : современные практики региональной культуры : материалы V Международной науч.-практ. конференции, 21-22 ноября 2014 г. — Тюмень: РИЦ ТГАКИиСТ, 2014. — С. 50–54.
24. Колтунов, Е.Е. Специфика социокультурного развития региона: теоретические основания / Е.Е. Колтунов, Л.Ф. Балина // Урал индустриальный: Бакунинские чтения: Индустриальная модернизация Урала в XVIII–XXI вв.: материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 90-летию заслуженного деятеля науки России, д-ра ист. наук, проф. А.В. Бакунина, 04-05 декабря 2014 г.: в 2 т.: Т. 2: Актуальные проблемы современной науки: взгляды молодых исследователей. — Екатеринбург: УМЦ-УПИ, 2014. — С. 26–29.
25. Колтунов, Е. Е. Приветственное слово к читателям / Е. Е. Колтунов // Культура Ямала. — 2014. — № 1; 3. — С. 2.
26. Негинский, Е. С. Структурно-функциональная модернизация сферы культуры в условиях трансформации российского общества : дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 : защищена 07.04.2011 / Негинский Евгений Семенович. — Москва, 2011. — 168 с.
27. Проблемы и перспективы развития культуры г. Тюмени : коллективная монография. — Тюмень : Издательство Тюменского государственного университета, 2001. — С. 2.
28. Резолюция Арктического культурного форума «Культура как стратегический ресурс развития современного общества» // Департамент культуры Ямало-Ненецкого автономного округа. 2014. — URL : <http://культураямала.рф/god-kultury/1048-rezolyutsiya-arkticheskogo-kulturnogo-foruma-kultura-kak-strategicheskij-resurs-razvitiya-sovremennogo-obshchestva> (дата обращения : 30.08.2014).
29. Федоров, Р. Ю. Регион как социокультурное пространство : освоение, коммуникации, ценности / Р. Ю. Федоров // Северный регион : наука, образование, культура. — 2007. — № 2(16). — Сургут, 2007. — С. 133-139. — URL : <http://library.ikz.ru/publikacii-posvyaschennye-izucheniyu-istoriko/R.YU.-Fedorov.-Region-kak-sociokulturnoe> (дата обращения : 30.07.2014).

## А. ГАУДИ КАК БРЕНД-ПЕРСОНА БАРСЕЛОНЫ

*А.А. Безгубенко*

*Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского*

**Аннотация.** *В данной статье автор, опираясь на известную ему литературу, формулирует понятие «бренд-персона» и применяет его к личности испанского (каталонского) архитектора Антонио Гауди (1852–1926), большая часть работ которого построена в Барселоне. Впервые показаны осо-*

*бенности использования эффекта бренд-персоны А. Гауди в развитии индустрии досуга Барселоны.*

**Annotation.** *In this article the author, based on known literature, articulates the concept of «brand persona» and applies it to the identity of the Spanish (Catalan) architect Antoni Gaudi (1852–1926), the most part of work which is built in Barcelona. For the first time the peculiarities of the effect of brand personality of A. Gaudi in the development of the entertainment industry of Barcelona.*

Архитектор Антонио Гауди (1852–1926) вряд ли нуждается в особом представлении, что уже само по себе подтверждает вынесенный в заголовок термин «бренд-персона». Получивший мировую известность через десятилетия после трагической гибели А. Гауди единственный зодчий, семь работ которого (в том числе незавершенная церковь Саграда Фамилия) включены в список памятников Всемирного наследия ЮНЕСКО.

В современной литературе Д.В. Визгалов, выделяя три ключевых модели маркетинга мест, называет одну из них «эффект Гауди», понимая под этим термином «позиционирование города через гения места» [1, с. 86]. Здесь мы сталкиваемся с понятием «гений места», которое, по нашему мнению, точнее всего раскрыто Н.Ю. Замятиной и Д.Н. Замятиным: «Гений места — это творец, чья жизнь или биография, работа или произведения связаны с определённым местом (домом, усадьбой, поселением, деревней, городом, ландшафтом, местностью) и могут служить существенной частью (географического) образа места» [2, с. 62].

Если воспользоваться стратегиями моделирования географических образов, предложенными Н.Ю. Замятиной и Д.Н. Замятиным [2, с. 76–78], то воздействие А. Гауди на Барселону можно рассматривать с учетом всех трех выделенных ими стратегий. Он осуществил «пересмотр места» и «расширил его контексты», наделив новыми смыслами, создал особую систему знаков и, пожалуй, «уничтожил» прежнее место, построив ныне ключевые туристические объекты «нового» города.

Каталонский архитектор, вновь воспользуемся терминологией Н.Ю. Замятиной и Д.Н. Замятина [2, с. 84], осуществил «образное насилие» над Барселоной, изменив на столетия ее облик.

Одним из первых о А. Гауди как гении места, а о Барселоне как городе Гауди написал в блестящем культурологическом эссе П.Л. Вайль [3, с. 137–144].

Однако понятие «гений места», безусловно, значимое на стадии поиска, например, уникальных культурных особенностей города, становится недостаточным при определении маркетинговой стратегии включения места в индустрию досуга и туризма. Попробуем, опираясь на известные нам работы, сформулировать определение, в большей степени подходящее для этой цели.

Бренд-персона — это человек, чьи позитивные личные качества и совершенные дела создали ему высокую степень известности, позволили претендовать на лидерство, славу и признание других людей, обеспечили их продолжительное эмоциональное доверие, не требующее рациональной аргументации [4, с. 245; 5, с. 19]. Причем, учитывая современную социокультурную ситуацию, следует сделать ударение именно на позитивных качествах бренд-персоны, поскольку законченный негодяй, надеемся, вряд ли способен вызвать длительное эмоциональное доверие.

Впрочем, если личность не в полной мере соответствует стандартам бренд-персоны, то её можно мифологизировать. Например, в Париже, избравшем, по нашему мнению, в качестве бренд-персоны Наполеона Бонапарта, повсеместно (будь то могила Наполеона в Доме инвалидов или Триумфальная арка) акценти-

руется внимание только на государственных заслугах и военных победах императора. Словно этот человек не имеет никакого отношения к погибшим и оставшимся на полях сражений миллионом людей «в равнине, где Эльба шумит, под снегом холодной России, под знойным песком пирамид».

Теперь попробуем применить наше определение к личности А. Гауди. Как известно, людям свойственно объяснять окружающий мир посредством простых бинарных оппозиций. Учитывая это, взглянем на фигуру А. Гауди сквозь призму двух наиболее часто встречающихся двоичных противопоставлений.

Посмотрим на его судьбу через главную бинарную оппозицию «жизнь — смерть». Значительную часть жизни А. Гауди проводит как аскет, фактически являясь монахом в миру. Оставаясь неузнанным, умирает от тяжелых травм в больнице для бедных, раздавленный первым барселонским трамваем, который старый архитектор не заметил, переходя улицу.

Оценку творческого наследия А. Гауди можно дать, используя другую, значимую для общественного восприятия оппозицию «бедность — богатство». Он строит невероятные дома для богатых (дом Висенс, дворец Гуэль, дом Батло, дом Мила) и создает (ныне общедоступный) сказочный городской парк Гуэль и изумляющую воображение церковь Саграда Фамилия.

Барселона благодаря великому зодчему смогла привлечь миллионы туристов его архитектурными творениями, позиционируя себя как «город Гауди». Согласно классификации, предложенной Ф. Котлером, здания, монументы и скульптуры являются одним из десяти основных типов достопримечательностей [6, с. 181]. Добавим, что этот тип достопримечательностей наиболее демократичен в силу своей естественной доступности. Даже если в известном здании расположен музей, турист, имеющий ограниченные денежные средства, может вполне удовлетвориться его внешним осмотром, не заходя внутрь. Например, цена входного билета в дом Батло, постоянно возрастая, достигла к лету 2013 г. 20 евро. При этом в здании, которое продолжает оставаться жилым домом, доступны для осмотра несколько пустых без мебели залов на втором этаже, задний фасад, лестница, чердак и крыша. Означает ли это, что любой прохожий, идущий по Пасео-де-Грассия и остановившийся посмотреть на дом номер 43, не получит эстетического наслаждения от изогнутых линий главного фасада, облицованных тонкой керамической плиткой переливающейся разными цветами, его колонн и балконов, кровли из черепицы, выложенной в виде чешуи.

В 1883 г. А. Гауди начинает строить здание, ставшее в настоящее время ключевым визуальным элементом бренда Барселоны — всемирно известную церковь Саграда Фамилия. Архитектор погиб, успев построить лишь крипту и один из четырех фасадов — фасад Рождества. С 2005 г. вокруг огромного сооружения возникла уникальная ситуация — церковь, активно достраиваемая в последние десятилетия и даже освященная Папой Римским Бенедиктом XVI в 2010 г. стала фрагментированным памятником Всемирного наследия ЮНЕСКО, поскольку лишь созданные А. Гауди части были включены в знаменитый список. Все это создало значимый информационный повод, привлекло внимание средств массовой информации, вызвало волны вторичных посещений туристами. Символические элементы, которыми насыщены творения А. Гауди, стали прототипами сувенирной продукции.

В заключение отметим, что личность, ставшая бренд-персоной (или воспринимаемая как бренд-персона), способна оказывать длительное устойчивое воздействие на значительные группы людей, привлекая туристов и способствуя продвижению связанного с ней города.

*Литература*

1. Визгалов Д.В. Брендинг города / Д.В. Визгалов. — М.: Институт экономики города, 2011. — 155 с.
2. Замятина Н.Ю., Замятин Д.Н. Гений места и город: варианты взаимодействия / Н.Ю. Замятина, Д.Н. Замятин // Вестник Евразии. — 2007. — №1 (35). — С. 62–87.
3. Вайль П.Л. Гений места / П.Л. Вайль. — М. : Независимая газ., 2000. — 481 с.
4. Новаторов В.Е. Маркетинг личности / В.Е. Новаторов. — М. : МГУКИ, 2007. — 398 с.
5. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд / А.Н. Чумиков. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 157 с.
6. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер [и др.]. — СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. — 376 с.

## ЭКОПОСЕЛЕНСТВО В КОНТЕКСТЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДАУНШИФТИНГА

*Д.А.Горская*

*Челябинская государственная академия культуры и искусств*

**Аннотация.** *В статье рассказывается о современном явлении культуры — экопоселении. Особое внимание уделяется истории возникновения первых экопоселений, а также источникам формирования идеологии. Далее определяется сходство и различие культурного феномена дауншифтинг и экологического поселения.*

**Annotation.** *The article describes the phenomenon of modern culture — ecovillage. Particular attention is paid to the history of the first eco-villages, as well as sources of formation of ideology. Next you define the similarities and differences of cultural phenomenon of downshifting and environmental settlements.*

В настоящее время важным вопросом в мире является экологическая ситуация. Ухудшение природных условий связано, прежде всего, с нерациональным использованием ресурсов, технической модернизации всех сфер жизни.

Самые разные по своей направленности институции предпринимают попытки найти альтернативные пути развития общества, ориентированные в большей степени на гармоничное сосуществование человека и природы, на минимизацию потребительских запросов людей и пр. Одним из таких путей является создание экопоселений.

«Экопоселения — это поселения людей, стремящихся создать модель устойчивой жизни. Они являются примером модели развития, которая соединяет в себе несколько основных принципов: высокое качество жизни, сохранение природных ресурсов, продвижение целостного подхода к жизни и человеку, что в свою очередь, подразумевает экологию человеческого жилья, приобщенность всех членов поселения к принятию общих решений, использование экологических технологий» [2].

История первых экопоселений началась на Западе в 1960-е годы, зародившись одновременно с движением хиппи. В 1962 году появилось поселение «Финдхорн» в Шотландии, а в 1970 году в Индии возникло экологическое и духовное поселение «Ауровиль», которые и в настоящее время являются крупными и известными поселениями. В США наиболее масштабными являются экопоселения «Раздвоенный Дуб» и «Ферма».

В конце XX века начинается процесс объединения экопоселений в международные организации — так была создана Глобальная сеть экопоселений (Global Ecovillage Network (GEN)).

Экологические поселения в России начали создаваться в начале 1990 года. Прежде всего, это было связано с политической нестабильностью страны. Жизненные поиски привели людей к созданию экопоселений. Примером может выступать коммуна в Калужской области «Китеж», в Подпорожском районе поселение «Гришино».

Актуальным также являются «родовые поселения», то есть поселения, состоящие из родовых поместий (эти идеи были навеяны серией книг В. Мегре «Звенящие кедры России»): например, известные родовые поселения «Ковчег» в Калужской области, «Родное», «Заветное» в Тульской области, «Сказка» в Новосибирской области.

В 1991 году вышла статья Роберта Гилмана «Экодеревни и устойчивые поселения» («Ecovillages and Sustainable Communities»), где он выделил главные черты экопоселений:

1. Человеческий масштаб. В разных поселениях количество людей может отличаться.

2. Поселение со всеми чертами человеческой деятельности. «Концепция экодеревни заменяет большой масштаб и специализацию на интеграцию функций в разумных размерах, так что эко-деревня становится слепком всего общества в миниатюре. Однако это вовсе не означает, что эко-деревни станут полностью самообеспечиваемы или изолированы от окружающих поселений» [1].

3. Человеческая деятельность безопасно интегрирована в природную среду. Важным аспектом поселений является цикличное использование ресурсов.

4. Поддержание здорового развития человека.

5. Принцип устойчивости формирования экопоселения.

В основе идеологии многих отечественных и западных экопоселений лежит философия «New Age». С английского языка буквально «новая эра». Общим для учения «New Age» является отождествление Бога и мира — люди сами могут стать «творцами» жизни.

К иным источникам формирования идеологии экопоселений можно отнести системы саморазвития, медитации, духовной практики. Вот, что пишет И.Г. Кантеров советский и российский религиовед, доктор философских наук в статье «Утопия в духе «нью-эйдж»: «Человек идет к самообожествлению двумя путями. Можно делать это с помощью технического прогресса, гиперэксплуатации природы и друг друга, сделать мир сверхизобильным, но гонка все равно продолжится, всегда найдется, кому и чему завидовать. В конце концов, сама эта гонка и стимулирует технический прогресс и трагически искажает наше общение, как с материальным, так и с духовным миром. Предлагается отказаться от большинства современных потребностей, как от ложных приманок эгоизма, ради совсем других экспериментов в области человеческих отношений» [3].

Главным принципом экопоселений является минимализм в потреблении, который определяется в жизненной философии дауншифтинга — ухода от цивилизации и отрицание ее ценностей.

Философия экологических поселенцев во многом схожа с дауншифтерами. Они уезжают жить в места, где нет урбанизации, и питаются «от земли», но, в отличие от дауншифтеров, объединяются в поселения исходя из общих экологических и духовных интересов.

Экопоселенцы пропагандируют бережное отношение к здоровью, стремление к снижению стрессов, потребление качественных продуктов, например, практику



естественного питания: вегетарианство, сыроедение, веганство. Экопоселения дают определенную возможность избавиться от материальных ценностей (карьеры, предметов роскоши, денег) и обрести другие — стать частью природы, обрести внутреннюю гармонию, заняться любимым делом.

Для идеологов экопоселенцев важной составляющей является не только бережное отношение к природе и к своему здоровью, но также идея создания определенного по своим параметрам общества: «Целью экопоселенцев является строительство «нового» общества, показывающего новую перспективу развития «старому». Экология сознания — это новая наука, которая должна помочь человеку осознать происходящее, научиться по-новому видеть мир и себя, по-иному мыслить, чтобы выжить самим и сохранить жизнь на Земле» [5].

В качестве наглядного примера экопоселенцев можно привести историю Дениса и Екатерины Шешиных. В 2012 году они переехали из Санкт-Петербурга в Северский район Краснодарского края. «Решили свои материальные вопросы и просто путешествовали, — рассказывает Денис «Газете.Ru». — Пришли к выводу, что не в деньгах счастье и что самые главные в мире вещи — это не вещи. Как и многие, мечтали о здоровых детях, воспитанных в здоровом обществе, питаться органическими продуктами, заниматься полезным делом и максимально не зависеть от системы» [4]. Семья выбрала участок земли в несколько гектаров около станицы Григорьевской, где основали экопоселение «Здоровое». В экопоселение приезжают самые различные люди — предприниматели, строители, учителя, спортсмены, люди творческих профессий.

Уход в экопоселения от всех благ городской цивилизации — это одна из форм дауншифтинга (так называемый, экологический дауншифтинг). Однако, тем не менее, у экопоселенцев и дауншифтеров есть некоторые различия.

Во-первых, дауншифтинг предполагает отказ от «чужих целей», «жизнь ради себя», а экопоселения имеют определенную общую цель сохранения и возрождения природы.

Во-вторых, дауншифтеры могут заниматься любым видом деятельности, для экопоселенцев же важна ее «экологичная» составляющая.

В-третьих, дауншифтеры стремятся уйти от современного общества, найти свой путь «существования» в мире. Экопоселения — это новый альтернативный путь развития цивилизации, переход общества на другой уровень, а вовсе не полный уход от нее.

Все больше людей выбирают различные направления стиля жизни. И одним из популярных движений является экопоселения. В основе их создания лежит идея биологической культуры жизни, а основными приверженцами такой идеи являются люди, уставшие от суеты больших городов и потребительской гонки.

#### *Литература*

1. Гилман, Р. Экодереvни и устойчивые поселения. Доклад Института контекста для Треста Земли / Р. Гилман. — СПб.: Центр гражданских инициатив, 1991. — 266 с.
2. Global Ecovillage Network (GEN) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.eco-vinogradovka.ru/sokr-poselenia-4.htm>.
3. Кантеров, И.Г. Утопия в духе «нью-эйдж» [Электронный ресурс] / И.Г.Кантеров // НГ-Религии. — 2008. — Режим доступа: [http://religion.n.g.ru/problems/2008-07-02/7\\_new-age.html](http://religion.n.g.ru/problems/2008-07-02/7_new-age.html).
4. Кошик, А. Из офиса в лес [Электронный ресурс] / А. Кошик // Газета.ru/-2014/. — Режим доступа: [www.gazeta.ru/social/2014/12/22/6355169.shtml](http://www.gazeta.ru/social/2014/12/22/6355169.shtml).
5. Кулясов, И.П. Экологическое поселение России как новая форма устойчивых сельских поселений / И.П. Кулясов. — СПб., 2009. — С. 51–53.

## БОДИПОЗИТИВ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

*Е.А. Климова*

*Челябинская государственная академия культуры и искусств*

**Аннотация.** *В статье раскрывается сущность феномена бодипозитива как феномена современной культуры. Особое внимание уделяется осмыслению значения тела и отношение к нему в обществе. Рассматриваются основные идеи этого движения (за свое тело ответственен сам человек; внешность ничего не говорит о здоровье; принятие своих несовершенных черт и отвержение стандартов красоты).*

**Annotation.** *At the article the meaning of Bodypositive is revealed as the phenomenon of modern culture. Special attention is paid to the comprehension of the meaning of body and to the relation to it in society The main ideas of this movement are viewed at this article (a person himself is responsible for his body; appearance doesn't reflect your health; acception of your imperfect traits and rejection of the beauty standards).*

С древних времен тело для человека — это не просто физиологическая система, это ценность, осмыслению которой посвящены целые разделы научного знания. Изначально человечество начинает освоение мира посредством телесных манипуляций; человек отождествляет свое тело с вселенной, а части тела с частями этой вселенной. Человек — это мир в миниатюре. Поэтому все, что связано с его телесностью — священно. Неудивительно, что уже в 3 тыс. до н. э. в Древней Греции появляется такое явление, как культ тела, которое поддерживается во всем мире до сих пор. В разные эпохи к телу относились по-разному.

Культура тела менялась, но всегда существовал такой феномен как «стандарт красоты» и для достижения этого идеала совсем неидеальные люди были готовы на все. Например, в Средние века женщины специально выщипывали себе ресницы и брови, высоко сбривали себе лоб и вытравливали это место кислотой для того, чтобы остановить рост волос.

Современные девушки тоже пользуются различными методами для достижения эталонной красоты. Они мучают себя диетами, проводят почти все свое время в спортивном зале, а в перерывах консультируются у пластических хирургов. Как реакция на это культивирование тела, на всевозможные искусственные «добавки» во внешность человека, в современной культуре возник феномен, целое общественное движение, известное под названием «бодипозитив».

Бодипозитив (англ. Body Positive) — революционная идея о том, что все тела прекрасны. Независимо от того, что говорят средства массовой информации и меняющиеся стандарты красоты. Бодипозитив как мировоззрение стремится к уважительному и безоценочному восприятию любой внешности, в том числе и измененной вследствие болезни, травмы или личного решения. Нет смысла тратить интеллектуальные и эмоциональные ресурсы на борьбу с растяжками и волосами на теле. Лучше заняться чем-то действительно полезным и приятным [1].

Согласно философии бодипозитива, каждый человек должен принять себя таким, какой он есть, ведь он индивидуален и неповторим. Поэтому, какой смысл в том, чтобы менять себя и становиться похожим на кого-либо? Ведь это ведет к потере индивидуальности. Очень интересным является эксперимент одной из представительниц бодипозитива, имя которой, к сожалению, не известно. Обыч-

ная (по сегодняшним меркам красоты) девушка, которая в повседневной жизни отказалась от макияжа, каблуков и неудобной одежды, решила обратиться к стилисту-визажисту. Ей сделали прическу и макияж (соответствующий стандартам) и сделали пару ее фотографий. Реакция на ее новый облик была удивительна. Во-первых, ее фото было высоко оценено в интернете; во-вторых, люди стали к ней по-другому относиться. Официант в кафе стал более вежлив, в метро с ней захотел познакомиться молодой человек, консультант в магазине оказал ей более пристальное внимание, чем прежде. В общем, девушка получила высокое социальное одобрение. Можно сделать вывод, что люди наиболее близкие к стандарту красоты нравятся социуму больше, чем нестандартные личности. А это означает, что в настоящее время успех непосредственно связан с внешностью человека [3].

Представители этого движения считают что, существующие в обществе критерии красоты, навязанные массовой культурой, являются искусственными и практически недостижимыми. Они возникли из-за того, что оценка женщины чаще всего производится с точки зрения сексуальной привлекательности для мужчины, а, следовательно, является порождением патриархата. Именно поэтому бодипозитив имеет феминистскую направленность [3].

Наиболее активные участники этого движения — модели размера «плюс». Например, американская модель Тесс Холлидей, вес которой 155 кг. Она является самой крупной моделью и активно пропагандирует идеи бодипозитива. То, что эта идея по-настоящему революционна и осмысливается все больше и больше, осознали и популярные печатные издания. Такие как «Women's running» или «Sports illustrated». Сам факт того, что издания о спорте, которые всегда пропагандировали культ тела, поместили на обложку девушку с нестандартной красотой, уже является доказательством все растущей популярности идеологии бодипозитива. Не говоря уже о Миле Йовович с неэпеллированными подмышками на обложке фэшн-журнала Dazed&Confused.

Основной постулат бодипозитива — «Прими все, что делает твое тело». Этот принцип «распадается» на несколько ключевых идей.

1. Мое тело — мое дело. Каждый взрослый человек имеет право самостоятельно распоряжаться своим телом, не объяснять свои решения и ни перед кем не отчитываться [2].

2. Внешность ничего не говорит о здоровье. Миф о том, что полный, значит, больной, активно насаждается теми, кто зарабатывает на индустрии похудения. На самом деле, болеют люди любого веса и телосложения. В любом случае, здоровье других людей — это только их дело, которое никого больше не касается [2].

В современном обществе считается, что занятия спортом — залог здоровья и долголетия. Однако Петер Акст и Михаэла Акст-Гадерманн, авторы книги «Ленивые живут дольше», ссылаясь на последние исследования ученых, объясняют, что это заблуждение. Они рассказывают о высокой смертности спортсменов и приводят примеры людей, которые живут до ста лет, при этом, не занимаясь спортом. Авторы книги не говорят о полном отсутствии активности. Они лишь говорят о чрезмерном увлечении фитнесом [3].

3. Несовершенства — это нормально. Все люди разные, не существует никакой правильной формы тела, груди, носа, глаз, губ, ног или ушей. Кожа людей в реальной жизни не может и не должна быть похожа на отретушированные фотографии: можно не скрывать растяжки, морщины, шрамы, прыщи — в них нет ничего плохого или оскорбительного [2].

В связи с этим очень стали популярны видео и фотографии звезд мирового шоу-бизнеса без ретуши и без макияжа, где они открывают людям свою истинную внешность и говорят о том, что они такие же обычные люди с недостатками как и все. Особое внимание уделяется шрамам, нанесенным в процессе операции, шрамирования или в результате любого другого действия. Люди учатся принимать себя и любить с изъянами. Ведь физическая сторона человека не так важна как его духовное наполнение [2].

4. Одежда для нас, а не мы для одежды. Одежда и обувь нужны, чтобы защищать нас от воздействий окружающей среды, а не «скрывать недостатки и подчеркивать достоинства». Можно одеваться так, как нравится, независимо от возраста, размера и формы тела. Нет никакой необходимости носить каблуки, неудобную одежду или влезать в «правильный» размер [2].

Одежда является отдельной темой для обсуждения в Бодипозитиве. Ведутся споры на тему того, почему нельзя поместить размеры «плюс» в обычную линейку размеров. Зачем, заранее, на уровне материальной культуры отделять несоответствующих нормам людей в отдельную группу. Это отчуждение людей в отдельную категорию уже говорит о социальном неодобрении и об отсутствии равенства.

Таким образом, отношение к телу в современном мире начинает борьбу со стереотипами. Попытка сломать привычный образ «настоящей» женщины принадлежит именно бодипозитиву. Принцип тотального освобождения от искусственности, борьба за естественность, за принятие себя такой, какая ты есть и за освобождение общества от стандартов. Все это — бодипозитив, как феномен современной культуры.

#### *Литература*

1. Зайцева, Н. Статья о феминистских пабликах и о том, зачем они нужны / Н. Зайцева [Электронный ресурс]. — Режим доступа <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/201853-fem-vk>
2. По, Н. 10 тезисов о бодипозите / Н. По [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://vk.com/wall-57529824\\_139145](http://vk.com/wall-57529824_139145)
3. Официальное сообщество в социальных сетях «Body Positive» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://vk.com/wall-57529824\\_106927](http://vk.com/wall-57529824_106927)

## К ВОПРОСУ ОБ ЭВОЛЮЦИИ СИСТЕМЫ ЭТНИЧЕСКИХ ИМЕН НАРОДОВ ТЮМЕНСКОГО СЕВЕРА (НА ПРИМЕРЕ ОБСКО-УГОРСКИХ, САМОДИЙСКИХ И СЕЛЬКУПСКИХ ЭТНОНИМОВ)

*А.В. Кручинина*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Появление, трансформация этнического имени связано с процессом номинации членов своего этнического коллектива и дифференциацией представителей своего и чужого этноса и следует за этапами изменения социальной организации. Сопоставление этнонимов народов Тюменского Севера позволяет говорить о наличии некоторых универсальных семантических моделей наименования и проследить их эволюцию.*

**Annotation.** *The appearance, the transformation of the ethnic name connected with the process of the nomination of members of their ethnic collective and differentiation of representatives of his and others' ethnic group and follows the stages of change in social organization. Comparison the ethnonyms of Tyumen North suggests the existence of some universal semantic models of ethnics groups nomination and follow their evolution.*

Языки нескольких народов, проживающих на территории Тюменского Севера, являются младописьменными, к ним относятся обско-угорские (хантыйский и мансийский), самодийские (ненцкий, энецкий, нганасанский) и селькупский языки. В них зафиксировано большое количество внутриэтнических наименований, бытовавших еще в середине XX века и в настоящее время практически вышедших из употребления. Этот пласт лексики представляет собой одну из наиболее древних частей языка, сохраняющую информацию об особенностях исторического развития того или иного народа, об этническом образе как части национальной картины мира. Поскольку наименование этноса является совокупным компонентом национального сознания, оно материализует специфику этнической самоидентификации и отражает культурологический характер внутриэтнической организации.

Нивелирование фратриального и родового деления у самодийцев, селькупов [2] и обских угров [3], привело к эволюции, либо к исчезновению из употребления многих этнонимов. В этой связи становится актуальным изучение состава и в целом системы наименований народностей Тюменского Севера для воссоздания особенностей их этнической истории.

Поскольку этнонимы являются наименованиями внутриэтнических и этнических групп, статус этнонима, как единицы ономастического пространства языка, оказывается соотносимым с определением и дифференциацией этноса. В ономастической лексической подсистеме интерпретируется несколько терминопонятий, таких как «имя рода», «геноним», «этноним» [1, с. 24] и др., используемых для описания различных вербальных знаков этнического характера. Внутрифратриальные, родовые, территориальные наименования обских угров и самодийцев, включая селькупские, целесообразнее рассматривать как названия народов или этнонимы.

Под *этнонимом* мы, в широком смысле понимаем названия племен, фратрий, родов, племенных союзов, этнографических групп, а также наименования крупных этнических общностей, народностей, наций, — вообще различные номинативные знаки этнического характера [4, с. 224], поскольку есть все основания отождествлять понятия *род* и *племя*, *этнографическая* и *национальная группа* по отношению к угро-самодийским малым этническим общностям [5, с. 221].

Семантическое наполнение этнонимов обских угров и самодийцев весьма разнообразно, оно может состоять из характеристик *внешности* (предка или предводителя), представлений о *территории (пространстве)*, *мифологических* или *реальных предках*. Однако, несмотря на внешнюю разнородность семантики этнических имен, в них можно проследить некоторые закономерности и выделить несколько регулярных групп.

**Древние ототемные этнонимы.** Этнические именовывающие самые ранние формы идентификации, проявляющиеся через отождествление представителей этнического коллектива с тотемными предками зооморфного, орнитологического характера: *Велли-ях* (хант.) — «люди-олени»; *Каралькупы* (сельк.) — «люди-журавли»; *Кукин-тохленг сыр-хум* (манс.) — «человек из рода предка-кукушки», *Кулун-ях* (хант.) — «рыбный народ»; *Махня-ях* (хант.) — «люди-бобры»; *Мэх-сир* (хант.)

— «род бобра»; *Момы-сур* (хант.) — «род медведя»; *Нарас-махум* (манс.) — «люди-лягушки»; *Нохо* (ненец.) — «песец»; *Нох-сур* (хант.) — «род лося» и др.

**Этнонимы со смешанной (тотемно-апеллятивной) семантикой.** В этнонимах этого типа содержится информация, с одной стороны, мифологического характера (дух, дьявол, Нум-Торум — верховное божество мансийского пантеона), с другой стороны, апеллятивная локализация: *Айпех-игол-юнг-сур-ях* (хант.) — «народ из рода маленькой речки духа»; *Кайбангула (Хайбангула)* (сельк.) — «люди-дьяволы горных болот»; *Колон-игол-юнг-сур-ях* (хант.) — «народ из рода еловой речки духа»; *Онкул-игол-юнг-сур-ях* (хант.) — «серной речки духа народ»; *Торум-кол-махум* (манс.) — «люди жилища Торума»; *Туху-игол-юнг-сур-ях* (хант.) — «озерной речки духа народ» и другие. Вероятно, эта группа этнических имен возникает в такую историческую эпоху, когда в народном сознании к мифологической картине мира начинают добавляться конкретные «земные черты», в данном случае пространственные реалии. Как развитие семантической системы этнических имен в этом направлении можно рассматривать и появление следующей группы этнонимов, где мифологический персонаж вытесняется реальным историческим.

**Представления о предке-богатыре.** Наименования, связанные с представлением о предке-богатыре, главе рода, соответствующие той степени развития этноса, когда выделяется реальный (в отличие от мифологического) член рода, осмысляемый «предводителем». В его образе метонимически концентрируется информация о внешних признаках и нравах этнического коллектива: *Вату-суплэт* (манс.) — «короткие рубашки»; *Джангалэ (Дянгалэ)* (энец.) — «кривой» (т.е. одноглазый); *Ламдо* (нен.) — «низкорослый»; *Нар-кусь* (хант.) — «облезшая парка»; *Ненянгг* (нен.) — «плоский», «комар»; *Сас-сипаль* (хант.) — «берегстые ножны» и другие.

**Территориально-ландшафтные (отапеллятивные) этнические наименования.** Эта группа фиксирует этап развития общественных отношений, когда представление об этнической территории становится наиболее важным фактором для социальной организации общества, соответственно, в семантике этнонимов закрепляется представление о территории и нет существовавшего ранее указания на принадлежность к какому-либо мифическому предку. Это большая группа этнонимов, локализирующих пространство: *Али-тагт-маньсит* (манс.) — «верхнесосьвинские манси»; *Ас-ях* (хант.) — «обские люди»; *Вать-ях* (хант.) — «народ из города»; *Выруй (Вару, Варей, Варуи)* (энец.) — «тундровые»; *Лоркурхойят* (хант.) — «люди из селения Лопхари»; *Лаптандер* (ненец.) — «равнинные жители»; *Саяндер* (нен.) — «житель мыса»; *Соргула* (сельк.) — «народ заливных лугов»; *Фалочера* (нган.) — «жители гор»; *Шишинг-ях, шишинг-хойят* (хант.) — «люди из селения Шишинги»; *Ямал* (нен.) — «конец земли» и другие. Предположительно, этнонимы данного семантического типа возникают в период накопления тенденций, направленных на этническое объединение.

**Единое этническое имя** всего народа, выступающее как показатель этнической консолидации: эндогенные (*манси, нганасаны, ненцы, селькупы, ханты, энцы*) и экзогенные (*вогулы, остяки, самоеды, Югра, юраки*) этнонимы угро-самодийцев.

Очевидно, что этнический образ в той или иной степени содержится во всех этнических наименованиях. В некоторой степени семантическое наполнение этнонимов имеет определенную долю детерминированности, т.е. зависимости от номинатора, который, в свою очередь, «ограничен» рамками этнического сознания, ментальными установками.

Система наименования этнических общностей подвержена изменениям, которые оказываются связанными с динамикой социально-экономического развития того или иного народа. Именно социальная организация определяет необходимость в дополнительном наименовании отдельных локально-территориальных групп или иных группировок внутри одной этнической общности. Появление, трансформация этнического имени связано с процессом номинации членов своего этнического коллектива и различением представителей своего и чужого этноса и следует за этапами изменения этнического самосознания.

Схематично этот процесс можно представить следующим образом:

1 этап. *Древние тотемные этнонимы* (отражение представлений о мифологическом предке) >>

2 этап. *Этнонимы со смешанной (тотемно-апеллятивной) семантикой* (к представлениям о мифологическом предке добавляется конкретизация пространственной реалии) >>

3 этап. *Представления о предке-богатыре* (представление о реальном предке вытесняет представление о мифологическом предке) >>

4 этап. *Территориально-ландшафтные (отапеллятивные)* (только территория на которой живет часть единого(?) этноса) >>

5 этап. *Единое этническое имя.*

На примере этнонимов мансийского языка: *Нарас-махум* — «люди-лягушки» >> *Торум-кол-махум* — «люди жилища Торума» >> *Вату-сунэт* — «короткие рубашки» >> *Али-тагт-маньсит* — «верхнесосьвинские манси» >> *Манси* — «человек, мужчина».

Следует отметить, что процесс консолидации имеет достаточно большую протяженность во времени. Этническое имя, своим появлением отвечающее на социально-исторические изменения в устройстве общества может быть в употреблении как на определенном историческом этапе, послужившем к его появлению, так и значительно позже, когда исторические реалии изменились, а имя в силу своей устойчивости продолжает бытовать среди носителей языка. Это объясняет факт сосуществования нескольких параллельных названий для одной и той же группы народов Тюменского Севера.

Безусловно, что вопрос об эволюции этнического имени, о возможности выделения неких универсалий в этнонимической системе требует дальнейшего изучения на материале других народов. Определенно можно утверждать наличие в семантике этнонимов младописьменных языков коренных народов Тюменского Севера наряду со специфическими национальными чертами, явлений универсальных, свойственных всем этнонимическим системам, что приводит к выводу о некотором единообразии трансформации национальных представлений об окружающем мире.

В конечном счете, любое имя собственное можно назвать выразителем какой-то части неповторимой национальной картины мира. Однако этнонимам принадлежит роль хранителя наиболее древней информации об этническом образе, о тех этапах формирования этноса, когда сообщество индивидуумов превращается в коллектив, объединение, на коммуникативном уровне определяющее связи между своими членами.

#### *Литература*

1. Ковалев, Г.Ф. Этнос и имя. — Воронеж: ВГУ, 2003. — 236 с.
2. Пелих, Г.И. Селькупы XVII века (очерки социально-экономической истории). — Новосибирск, 1981. — 347с.
3. Соколова З.П. Социальная организация хантов и манси в XVII—XIX вв.: Проблемы рода и фратрии. — М., 1983. — 322с.

4. Фролов, Н.К. Избранные работы по языкознанию : в 2 т. / Н. К. Фролов. — Тюмень: Изд-во Тюм. гос. ун-та, 2005. — Т. 2: Топонимика и этнонимика. — 520 с.
5. Фролов, Н.К. Лингвоэтнические культуры Тюменского Приобья как объект когнитивной этнонимии / Н. К. Фролов // Тумашевские чтения: актуальные проблемы тюркологии: материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. (г. Тюмень, 17 окт. 2010 г.). — Тюмень, 2010. — С. 221–226.

## МОЛОДЕЖЬ КАК СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*А.В. Македон*

*Тюменский государственный институт культуры*

Точкой отсчета в изучении молодежи является ее определение. В системе гуманитарных наук спектр определений понятия «молодежь» достаточно широк. Это обуславливается тем, что в основу данного определения кладутся различные критерии выделения молодежи в отдельную общность, зависящие от научного интереса исследователя. Определяя понятие «молодежь», российский психолог И.С. Кон опирается на возрастные характеристики в соответствии с этапами жизненного пути личности: «Молодежь — социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств<sup>1</sup>. В данной работе под понятием «молодежь» нами будут рассматриваться молодые люди в возрасте от 16 до 30 лет, обучающиеся в высших и средних учебных заведениях.

Молодежь является самой мобильной, подвижной, гибкой возрастной группой общества, постоянно стремящейся к новым вершинам, достижениям, жаждущей расширения сфер своей деятельности, расширения кругозора, инноваций. Эти характеристики молодежи проявляются в ее отношении ко всем сферам жизнедеятельности и в большей мере в отношении к сфере досуга, ведь досуг выступает для молодежи важнейшей сферой. Можно с уверенностью сказать, что молодежь является самой требовательной аудиторией, ей быстро наскучивают однообразные формы проведения досуга, либо она желает привнесения нового содержания в организацию досуга<sup>2</sup>. И не стоит сводить проблему постоянной неудовлетворенности молодежи в отношении предлагаемых способов проведения досуга, ее нежелание идти в учреждения культуры капризностью, ориентацией на потребление и материальные ценности, нежеланием что-либо делать, отсутствием интересов вообще и нигилизмом. Не стоит упрощать представления о культурных потребностях современной молодежи, решать за нее, что ей интересно (дискотеки, шоу, бары и т. п.) и что она не приемлет (традиционные народные праздники и обряды, социально-значимые акции, мероприятия с серьезной идейно-тематической основой)<sup>3</sup>.

Обеспечить постоянный интерес молодежной аудитории возможно, лишь опираясь в работе с молодежью на следующие принципы:

<sup>1</sup> Кон И.С. Социологическая психология. — М., 2000. С. 79.

<sup>2</sup> Шамионов Р. М. Психология социальной активности молодежи: проблемы и риски. — Саратов., 2012. С. 213.

<sup>3</sup> Мосалев Б.Г. Досуг: Методология и методика социол. исслед.: учеб. пособие. — М., 2001. С. 96.



1. Принцип неразрывной связи с жизнью, современными тенденциями общества, что проявляется в целенаправленности, конкретности и оперативности организации культурно-досуговой деятельности среди молодежи. Опора на этот принцип обеспечивает оперативный отклик на события сегодняшнего дня, что, безусловно, интересно молодежи, на сегодняшние потребности молодежи, современную технику и технологию организации досуга. Также важно суметь события прошлого соединить с настоящим, таким образом, актуализировав и сделав близким для современного молодого человека<sup>1</sup>.

2. Принцип дифференцированного подхода в работе с молодежной аудиторией (так как молодежная аудитория крайне неоднородна по возрастным, поселенческим, профессиональным признакам, признакам социальной стратификации и т.д.)<sup>2</sup>. Данный принцип обеспечивает учет в организации досуга специфических культурных потребностей и интересов конкретной молодежной аудитории.

3. Принцип индивидуального подхода. Несмотря на острую тягу молодого человека к общению, стадность мотивации, стремление отождествлять себя с какой-либо выдающейся личностью или группой, индивидуальное начало в нем вполне сформировано предыдущим жизненным опытом и наверняка есть потребность реализации собственной индивидуальности<sup>3</sup>.

4. Принцип опоры на самодеятельность молодежи. Известно, что в работе с молодежью особенно опасна излишняя «заорганизованность» и «мероприятийность». Если досуговый центр, к примеру, хочет стать местом, куда молодежь будет ходить с удовольствием, необходимо учитывать и по возможности удовлетворять потребность молодых людей в свободном общении, где основными действующими лицами стали бы они сами.

5. Системный подход к решению культурно-досуговых задач, то есть сиюминутные задачи должны решаться в соответствии с глобальными, принципиальными. Недопустимо отступать от намеченной генеральной линии педагогического влияния на молодежную аудиторию, даже в форс-мажорных обстоятельствах<sup>4</sup>.

Например, если дальнейшей целью культурно-досуговой работы будет повышение культуры досуга молодежи, то и каждое конкретное мероприятие, как ступенька к достижению этой цели, должно содержать в себе какие-то моменты, направленные на повышение степени участия молодежи в позитивных, конструктивных, социально-оправданных видах досуговой деятельности, что собственно и есть суть культуры досуга личности.

Содержание культурно-досуговой деятельности с молодежью весьма объемно, оно постоянно обогащается новыми формами, актуальными темами, инновационными идеями. Тем не менее, можно выделить направления культурно-досуговой деятельности, с одной стороны, интересные молодежи и с другой стороны — необходимые:

- 1) социальная, общественно-политическая практика;
- 2) культурно-творческая деятельность;
- 3) экскурсионно-туристическая и спортивно-оздоровительная деятельность;
- 4) рекреативно-развлекательная деятельность.

Молодежная аудитория, с одной стороны, сложная и требовательная, с другой стороны, откликающаяся на интересные и новые (как по форме, так и по

<sup>1</sup> Шамионов Р. М. Психология социальной активности молодежи: проблемы и риски. — Саратов., 2012. С. 166.

<sup>2</sup> Киселева Т.Г. Социально-культурная деятельность: основные тенденции развития // Актуальные проблемы социально-культурной деятельности. — М., С. 2006.

<sup>3</sup> Филоненко В. И. Студенчество современной России: парадоксы существования. — Ростов-на-Дону., 2009. С. 202.

<sup>4</sup> Литовкин Е.В. Социально-культурная деятельность в контексте современного исторического знания. — М., 2003. С. 18.

содержанию) формы организации досуга. Обеспечить эффективную деятельность с молодежью в сфере досуга возможно, опираясь на основные принципы: принцип связи с жизнью, современностью; принцип дифференцированного подхода в работе с молодежной аудиторией; принцип индивидуального подхода; принцип опоры на самостоятельность молодежи; принцип системного подхода к решению культурно-досуговых задач.

Есть настойчивая необходимость поиска новых путей воспитания социальной активности молодежи, ее политической направленности и патриотизма. Например, возможно воспитание патриотических чувств молодых россиян посредством активизации организованной деятельности объединений спортивных фанатов, ведь представителями этого движения являются преимущественно молодые люди. Мы можем регулярно наблюдать всплеск проявления патриотических чувств во время спортивных успехов России<sup>1</sup>.

Как субъект культурно-досуговой деятельности молодежь обладает творческим и инновационным потенциалом, высокой степенью активности в экскурсионно-туристической, спортивно-оздоровительной и рекреативно-развлекательной деятельности.

Необходимо отметить, что повышение уровня образованности молодых людей, активное использование современных коммуникаций лишь повысило творческий потенциал молодого человека. Этим обусловлено появление первых в России «креативных пространств». Креативное (творческое) пространство — публичная площадка для творческого самовыражения, обмена идеями, презентаций, и т.д. По словам Суховской Д.Н., первое агентство креативных пространств было создано в Москве в 2004 году — агентство «Творческие индустрии», в задачи которого входят реализация проектов креативной экономики, а также привлечение бизнеса в творческую сферу, а также формирование сектора креативных пространств в России. Креативное пространство считается доступной средой для общения, коллективной деятельности и максимальной самореализации<sup>2</sup>.

Так же нельзя не отметить крупные подклассы креативного пространства: арт-пространство и арт-квартал.

Арт-пространство — бывшее промышленное предприятие (фабрика, база, склад) переоборудованное под концертную площадку, выставочный зал, культурный или образовательный центр с организацией общепита. Главной особенностью данного проекта является то, что его участники не только работают в данных помещениях, но и живут в них. Примерами таких организаций являются лофт-проект «Этажи», базирующийся на пяти этажах здания бывшего Смольнинского хлебозавода в Санкт-Петербурге, Даниловская мануфактура и Красный Октябрь в Москве.

Арт — квартал — участок города, находящийся в пешей доступности и обеспечивающий яркое и насыщенное времяпровождения. Такая среда должна быть комфортной, уютной и, главное, уникальной. Основное направление деятельности арт-кварталов — это инсталляции. Примером арт-квартала может служить Арт-Дистрикт в Торонто — периферийная улица, в последние годы «оккупированная» молодыми галереями.

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что современная молодежь выступает не только как объект культурно-досуговой деятельности, но и сама принимает активное участие в его организации и проведении, что свидетельствует

<sup>1</sup> Кудринская Л. А. Добровольческий труд: опыт теоретической реконструкции — М., 2006. С.176

<sup>2</sup> Суховская Д. Н. Креативное пространство как новая форма социальности // Управление мегаполисом 2013. № 6 (36). С. 37–40.

о высокой степени активности, образованности и амбициозности данной социальной группы. Постоянно разрабатываются новые способы взаимодействия с аудиторией, социально-культурный диалог начинает перерастать из формы «молодежь-молодежь» в более разнообразные — «молодежь — пожилые люди» или «молодежь — дети». Государство и общество, в свою очередь, поощряет расширение кругозора молодого человека, что так же идет на пользу новому поколению.

#### Литература

1. Киселева Т.Г. Социально-культурная деятельность: основные тенденции развития // Актуальные проблемы социально-культурной деятельности. — М.: МГУК. — 2006.
2. Кон И.С. Социологическая психология — Москва: МОДЭК, 1999 г. — 126 с.
3. Кудринская Л. А. Добровольческий труд: опыт теоретической реконструкции — М.: Изд-во Московского университета, 2006. — 202 с.
4. Литовкин Е.В. Социально-культурная деятельность в контексте современного исторического знания // Вестник МГУКИ. — 2003. — № 1.
5. Мосалев Б.Г. Досуг: Методология и методика социол. исслед.: учеб. пособие — М.: МГУ, 2001.— 96 с.
6. Суховская Д. Н. Креативное пространство как новая форма социальности // Управление мегаполисом. — 2013. — № 6 (36). — 45 с.
7. Филоненко В. И. Студенчество современной России: парадоксы существования. — Ростов-на-Дону : б. и., 2009. — 313 с.
8. Шамионов Р. М. Психология социальной активности молодежи: проблемы и риски. — Саратов : Изд-во Саратовского университета, 2012. — 382 с.

## ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МИГРАЦИОННЫМИ КОНФЛИКТАМИ И РОЛЬ ФЕДЕРАЛЬНОЙ МИГРАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)

*С.М. Молоков, Д.Э. Байсултанова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** В статье предпринята попытка осветить миграционные процессы в России с точки зрения конфликтологии. Авторы ставят перед собой задачу показать проблемы управления миграционными конфликтами. Особое внимание уделяется анализу роли Федеральной миграционной службы России в предупреждении, урегулировании и разрешении миграционных конфликтов. При изучении данной проблематики нужно учитывать региональные особенности.

**Annotation.** The article attempts to highlight migration processes in Russia from the perspective of the conflictology. The authors aim to show the problems of management of migration conflicts. Special attention is paid to the analysis of the role of the federal migration service of Russia in preventing, managing and resolving migration conflicts. When examining the issues need to take into account regional characteristics.

Европу захлестывает цунами миграции. Миграционные процессы уже болезненно актуальны в России. На юг от Тюмени десятки миллионов жителей Сред-

ней Азии. Они направляются к нам на север, если обстановка в этом регионе будет катастрофически дестабилизирована. Но и без того конфликтогенный потенциал будет усиливаться, если не управлять миграционными процессами. Особенно имея в виду рост нелегальной миграции, минимальный процент ассимилирующихся мигрантов, создание национальных групп, конфликты с принимающим населением, ксенофобию. В массовом сознании российского общества миграция часто формулируется в категориях «нашествия», «экспансии». Конфликтное напряжение в отношении мигрантов и принимающего общества накапливается по линиям этнокультурных различий, социального поведения.

Противоречие заключается в том, что миграционные конфликты обостряются, а деятельность ФМС по предупреждению, урегулированию и разрешению таких конфликтов не всегда эффективна. В связи с этим возникает необходимость изучения данной проблематики на региональном уровне.

Феномен миграции многолик в своих проявлениях и сопряжен не только с новыми возможностями роста и развития для принимающего общества, но и с высокими рисками напряженности, нестабильности и потенциальных конфликтов [3, с. 16].

Миграция может быть внешней и внутренней, естественной и вынужденной. Конфликты, связанные с миграцией, обычно касаются взаимодействия двух основных участников — постоянных жителей, с одной стороны, и иммигрантов — с другой. Зачастую они дополняются вмешательством властей, то есть появляется третья сторона конфликта. В случае, если иммигранты идентифицируют себя с этносом, в конфликт могут вмешаться и диаспоры — четвертая сторона [4, с. 79].

На развитие конфликтов воздействует информационное пространство, в котором встречаются неадекватные оценки намерений, поведения сторон. Формируются негативные этнические стереотипы.

Социально—психологическим выражением конфликтогенности выступает ксенофобия. А образ чужого легко можно трансформировать в образ врага. Пример тому — русофобия на Украине. Так из своих становятся чужими, назло маме отмораживая уши. Но не надо забывать и другое, как «понаехавшая тут...» Екатерина Великая говорила придворным, что она больше русская, чем они вместе взятые.

Рост ксенофобии отмечают эксперты. Так, по мнению директора московского Центра межнационального сотрудничества Айрапетяна, «с каждым годом растет число националистических группировок, с которыми довольно сложно бороться. Это происходит из-за ежегодного роста уровня ксенофобии в больших городах, где за последние годы сильно изменилась демографическая ситуация. Мигранты приезжают со своими привычками и традициями, с другими моделями поведения и культуры. В советское время общество этнически было более монолитным, но за минувшие 20 лет произошло слишком много изменений, к которым оно оказалось ни экономически, ни морально не готово. Возникла озлобленность на тех, кто не похож на коренных жителей» [7, с. 265].

Фактором конфликтогенности также выступает культурный барьер. Мигранты — носители иной культуры — воспринимаются частью населения как субъект, который заслуживает перенесения на него ответственности за определенные проблемы [1, с. 41].

ФМС может управлять конфликтами между принимающим населением и мигрантами, основываясь на законе. Остальное — дело воспитания, духовной культуры населения. Необходимо формирование в обществе толерантного отношения к мигрантам. Однако, терпимость, уважение не значит потворство. У всякого терпения есть предел, иначе толерантность будет означать ослабление реагиру-

вания на неблагоприятные факторы в результате снижения чувствительности к их воздействию. Но легко ли ненавидеть грех и при этом любить грешника! Возможно для этого, помимо милосердия, надо отмечать преимущества и выгоды иммиграции в демографической, экономической и гуманитарной сферах.

Управление миграционными конфликтами представляет собой сложный процесс, включающий этапы предупреждения, урегулирования и разрешения. Главная задача состоит в том, чтобы не допустить его эскалации и снизить негативные последствия.

Существуют три основные стратегии разрешения миграционных конфликтов на макроуровне: применение правовых механизмов, переговоры, информационный путь [5, с. 5]. Можно выделить еще один способ управления миграционными конфликтами — социальная работа с мигрантами и беженцами [1, с. 18].

В своей статье «Россия: национальный вопрос» В.В. Путин, говоря о современной миграционной ситуации, указал основные направления деятельности в этой сфере: повышение качества миграционной политики государства; активная помощь в развитии внутренней миграции; укрепление цивилизационной интеграции и социализации мигрантов; улучшение интеграции на постсоветском пространстве как реальной альтернативы неконтролируемых миграционных потоков [6].

С 2015 года вступил в силу федеральный закон РФ «О внесении изменений в федеральный закон «О правовом положении иностранных граждан в РФ», согласно которому иностранные граждане при получении разрешения на работу должны будут подтверждать знания русского языка, истории и законодательства России. Для этого надо предъявить либо документ о получении образования на территории государства, входившего в состав СССР, либо свидетельство об успешном прохождении государственной итоговой аттестации в России, либо специальный сертификат. Для получения такого сертификата нужно сдать экзамены в центрах тестирования при школах, вузах, колледжах [2].

«Мы готовы легально трудоустроиться, сдавать отпечатки пальцев, учить русский язык, — рассказывает легальный работник из Таджикистана, который трудится на одной из екатеринбургских строек. — Проблема в отношении: нас часто воспринимают как рабочее быдло, а не как соседей, которые хотят приехать и вложиться своим трудом в российскую экономику. Если бы местному населению чаще говорили, что благодаря нам государство в состоянии платить пенсии россиянам, оно хотя бы пальцем перестало тыкать в нашу сторону. Мы не собираемся уходить, да и кто займет наши места» [8].

Рассмотрим процесс управления миграционными конфликтами на примере отдела миграционного учета иностранных граждан УФМС по Тюменской области, который являлся базой производственной практики одного из авторов. Работа сотрудников отдела миграционного учета довольно динамична. Очередь на постановку вновь прибывших в Россию лиц начинается с улицы. Поэтому очень важно, чтобы сотрудник был стрессоустойчив, компетентен. В одном из действующих окон, где принимались документы посетителей для постановки на миграционный учет, произошел открытый конфликт. Мигрант не сделал ксерокопию некоторых нужных документов. Обнаружив это, сотрудница отдела начала громко кричать на него и швыряться его документами. Из ее уст звучали такие фразы, как: «понаехали!», «ничего не понимаете», «это из-за вас я сижу тут до 12 ночи и доделываю работу» и т. д. Мигрант так и не понял, что в итоге ему нужно сделать, но имел вид оскорбленного человека, развернулся и ушел.

Данный конфликт не только межличностный и организационный, но и миграционный. Сотрудница отдела выступает в роли гражданина принимающей страны

и в роли официального представителя государства. Так как одна из сторон применила тактику избегания, то конфликт не был разрешен, хотя были возможны меры по его урегулированию посредством применения административных ресурсов, привлечения к конструктивному решению проблемы начальника отдела. К сожалению, такие случаи типичны, как и столкновения мигрантов в очередях. Все это — питательная среда для коррупции. В УФМС России по Тюменской области осуществляется антикоррупционная программа, но к проблеме надо подходить комплексно. Необходимо совершенствование законодательной базы и контроля за выполнением законов. Нужно укреплять сотрудничество между ФМС России и агентством по делам национальностей, правоохранительными органами. Сотрудники миграционной службы должны владеть конфликтологическими компетенциями. Необходимость этого была подтверждена в ходе индивидуального неформализованного интервью с начальником одного из структурных подразделений УФМС России по Тюменской области. На вопрос «Считаете ли Вы, что сотрудники отдела обладают конфликтологическими компетенциями?» начальник ответил, что уровень компетентности сотрудников недостаточен, чтобы взаимодействие с посетителями было бесконфликтным. Таким образом, можно сделать вывод, что миграционные процессы имеют высокий конфликтно-генный потенциал, а практика миграционной службы по управлению конфликтами должна совершенствоваться, чтобы соответствовать современным условиям.

#### *Литература*

1. Акмалова, А.А. Социальная работа с мигрантами и беженцами / А.А. Акмалова, В.М. Капицын. — Москва: Инфра-М, 2011. — 220 с.
2. «Миграция NEWS» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://migracionews.ru>
3. Дмитриев, А.В. Миграция: конфликт, безопасность, сотрудничество / А.В. Дмитриев. — Москва, 2009. — 353 с.
4. Дмитриев, А.В. Миграция: конфликтный потенциал культурного вызова // Диалог культур в условиях глобализации / А.В. Дмитриев. — Санкт-Петербург: СПбГУП, 2012.
5. Манапова, В.Э. Миграция как фактор конфликтности / В.Э. Манапова. — Вестник Адыгейского государственного университета. — 2013. — №1. — 5 с.
6. Путин, В.В. Россия: национальный вопрос / В.В. Путин // Вестник Российской нации». — 2012. — №2–3.
7. Старостин А.Н. Меры по социокультурной адаптации трудовых мигрантов сквозь призму законодательства и деятельность общественных организаций / А.Н. Старостин // Материалы 5-й международной научно-практической конференции. — Екатеринбург, 2008. — С. 261–268.
8. Эксперт Online [Электронный ресурс.] / Режим доступа: <http://expert.ru/ural/2015/08/ne-obeschali-no-vernutsya/>

## ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

*Е.А. Рочев*

*Тобольский педагогический институт им.Д.И. Меделеева  
Филиал Тюменского государственного института*

**Аннотация.** *Определяется актуальность научного изучения социального самоопределения молодежи и профессионального самоопределения как струк-*

*турного его компонента, рассматриваются макро и микросоциальные факторы социализации молодежи.*

**Annotation.** *Determines the relevance of the scientific study of social identity of youth and professional identity as a structural component, discusses the macro and micro-social factors of socialization of young people.*

Социальное самоопределение — одно из важных интегральных свойств, приобретаемых молодежью в период их социализации. Социальное самоопределение молодого поколения может рассматриваться, как поэтапный процесс ее включения во все сферы общественной жизни и достижения относительно равновесного состояния в социально-стратификационной структуре общества, с другой — как процесс осознания молодыми людьми своей принадлежности к определенным социальным группам с закрепленными в них социальными статусами и ролями, т.е. формирование устойчивой социальной идентичности. Социальное самоопределение молодежи представляет собой сложную многоуровневую систему взаимно упорядоченных локальных форм самоопределений: обретение образовательного статуса, выбор профессии, самоопределение в сфере трудовых отношений, в трудовом коллективе, создание семьи, выбор места жительства, формирование позиций в общественно-политической и культурно-досуговой сферах и др. Все это в настоящее время является одной из главных задач воспитания подрастающего поколения.

XX—XXI век для нас является не чем-то обыденным, предсказуемым, а наоборот — динамично меняющимся, развивающимся. Наше время — это век технологий, колоссальных, глобальных эволюционных и революционных изменений количественного и качественного характера. Социализация протекает под влиянием разнонаправленных факторов: политических перемен в стране; трансформации ценностно-нормативной системы; новой социальной дифференциации в обществе; изменения шкалы престижности профессий; снижения уровня жизни большинства населения; роста безработицы.

Стоит отметить, что происходящее в разных регионах нашей страны скорость и масштаб социальных процессов не является равномерной. Нет равенства как стартовых условий, и так и последствия происходящих изменений. Наше молодое поколение находится на перепутье, ищет исторические альтернативы по средствам экспериментов над становлением самого себя, опираясь на эмпирические и теоретические изыскания старшего поколения — родных, близких, несколько реже ученых, писателей, социологов, психологов и т.д. В итоге молодежь сталкивается с проблемой не развернутости, неразвитости и неоднозначности разработанности собственных философских оснований деятельности в целом, в материальной и идеальной сферах жизнедеятельности общества.

В регионах активно развиваются общественные движения разной направленности. Государством создаются площадки для самореализации молодых людей во всех направлениях, так, например, в регионах создаются и активно работают молодежные общественные палаты, молодежный парламент. Молодежный парламентаризм позволяет выявить лидеров нашего общества, потенциальных «менеджеров» нашего государства. Молодые парламентарии, пройдя эту школу, становятся политиками, бизнесменами, руководителями крупных компаний и организаций. Однако такая доминирующая роль по нраву не всем, не каждый готов возложить на себя такую ответственность, повышенный объем работ. Для молодых людей, склонных работать исключительно в команде, одним сплоченным коллективом в нашей стране, в каждом регионе, городе еще более активно

развивается добровольческое, волонтерское движение. Не оставлены без внимания и творческая, спортивная молодежь, также ведется огромная работа по созданию творческих молодежных объединений, спортивных клубов и т.д.

Социальное самоопределение в жизни молодого человека происходит постепенно, поэтапно. При этом каждый из этапов характеризуется особым сочетанием условий и детерминирующих факторов.

Макросоциальные факторы, определяющие общее содержание и направленность социального самоопределения молодых людей, раскрывают экономический уровень развития региона и страны в целом, изменения в сфере труда и занятости населения, региональные отношения, политическую напряженность, стабильность и неопределенность и т.п. На примере Тюменской области можно сказать, что в большей степени молодежь у нас поделена на два направления. В связи с большим количеством нефтеперерабатывающих предприятий наша молодежь видит себя либо техническим персоналом, либо менеджерами — управленцами, поскольку вокруг нефтеперерабатывающей промышленности образуются малые предприятия, которые нуждаются в квалифицированном управлении. Туризм же в нашем регионе развит значительно меньше, чем в регионах с более теплым климатом. В связи с этим, границы самоопределения молодежи в макро-социальной системе ограничены спецификой региона.

Кроме того, важную роль в социальном самоопределении, становлении человека как личности играют микросоциальные факторы. Так состояние семейных отношений, образовательных учреждений, окружение молодого человека, доступные социокультурные практики вертикальной мобильности, распространенные стереотипы понимания жизненного успеха в среде сверстников и т.п. в большей степени влияют на уровень социального самоопределения молодежи. К сожалению, подавляющая часть старшего поколения так и не может адаптироваться под скоротечно меняющийся мир. В современном обществе нет четкого понимания «успешного человека». Успех в современном обществе является сопоставлением самого себя, своего благополучия со своими сверстниками, с людьми, близкими по возрасту. В наше время среди молодежи бытует мнение, что успех — это дорогие вещи, гаджеты, автомобили. Но мало кто из молодых людей примет за успешного человека, у которого большое количество верных, надежных друзей. Поговорка «Не имей сто рублей, а имей сто друзей» уже не является аксиомой правильного формирования своего окружения молодых людей. С появлением социальных сетей у каждого из молодых людей сотни друзей, я считаю их костюмированными друзьями. Поскольку в социальной сети люди стараются показать себя только с лучшей стороны, они могут красиво писать, говорить, выкладывать свои материальные ценности, но мы не имеем возможности оценить этого человека с реальной точки зрения. Мы не можем прогнозировать его поведение в реальной жизни.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что современная молодежь имеет размытый образ самого себя в будущем. Социальное анкетирование, коммуникационные сети показывают, что мы видим размытую картинку будущего, но не имеем представления того, как прийти к этому будущему. Ошибаясь на пути к своей цели мы, чаще всего следуя примеру своих сверстников, меняем не путь к цели, а саму цель.

#### *Литература*

1. Краткий словарь по социологии / под общ. ред. Д.М. Гвишиани, Н.И. Лапина. — М.: Политиздат, 1989. — С. 67.
2. Титма М.Х., Саар Э.А. Молодое поколение. — М.: Мысль, 1986; Молодежь: ориентации и жизненные пути / отв. ред. М.Х. Титма. — Рига: Зинатне, 1988.



3. Жизненные пути одного поколения / ред. Л.А. Титма, В.В. Колягина. — М.: Наука, 1992. — 239 с.
4. Юпитов А.В., Зотов А.А. Исследование ситуации профессионального самоопределения студентов // СОЦИС. — 1997. — №3. — С. 88.
5. Матусевич В.И. Социальная микросреда и выбор профессии. — Киев: Наукова думка, 1982. — 284 с.
6. Вишневский Ю.Р., Рубина Л.Я. Социальный облик студенчества 90-х годов //СОЦИС. — 1997. — №10. — С. 45–51.
7. Дидковская Я.В. Профессиональное самоопределение студенчества: современные проблемы: дис. ... канд. социол. наук. — Екатеринбург, 2000. — 182 с.

## МИССИОНЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТОБОЛЬСКОЙ ЕПАРХИИ В XIX ВЕКЕ

*М.И. Селяков*

*Тобольско-Тюменская епархия*

Для распространения православной веры среди народов населяющих пределы Тобольской епархии и в поддержку существующего в Тобольске миссионерского общества, в Братстве было создано миссионерское отделение. Оно должно было содействовать миссионерскому делу устройением школ, станов поиском миссионеров и изданием учебных пособий.

В первые годы своего существования миссионерское отделение обратило свое внимание на работу северной Обдорской миссии. В 1891 году на собрании миссионерского отделения председателем Братства епископом Иустином был поднят вопрос о положении северных миссий — Обдорской и Сургутской. Из-за недостаточного финансирования и нехватки священнослужителей проповедь среди коренных народов Тобольского Севера была сильно затруднена. Чтобы исправить положение, Миссионерское отделение Братства решило направить в Обдорск еще одного священнослужителя. Этот священник специально не был приписан к какому либо приходу, для того чтобы он мог, в связи с большими расстояниями между северными поселениями и кочевым образом жизни коренных народов, постоянно переезжать из селения в селение и совершать в них Евхаристию и требы. Сургутскую миссию решено было закрыть, так как там уже не осталось неверующих инородцев, да и численность их в том регионе была невелика. В последующие годы Братство продолжило реорганизацию Обдорской миссии.

В конце 1893 года тобольский губернатор Н.М. Богданович обратился к Братству с просьбой улучшить деятельность Обдорской миссии. Губернатор просил Братство увеличить число миссионеров и открыть еще одну миссию, так как из-за больших расстояний и при кочевом образе жизни Северных народов участники миссии не могли охватить весь Север Тобольской губернии. Совет Братства, исходя из этого, принял решение открыть еще один миссионерский стан в Шурышкарском районе. Большую помощь Братству в организации миссии оказал профессор Санкт-Петербургского университета, почетный член Братства, А.И. Якобий. Профессор исследовал на Тобольском Севере причины вымирания коренных жителей. В своих докладах Братству он отмечал, что причина угасания северных народов в ужасающих условиях жизни, крайней нищете, и зависимости от торговцев. «Часто торговцы так обируют инородцев, что буквально овладевают ими как рабами», — писал профес-

сор Совету Братства [1]. Для устранения этого нужна благотворительность как духовная, так и материальная. «Все это важно и верно, так как именно этот путь милости, участия и деятельной духовной и материальной помощи есть вместе с тем единственное средство приостановить мрачный процесс угасания, привлечь души этих простых людей сохранить эти ценные для государства племена для более светлой и счастливой будущности»,— писал профессор [2]. Именно в этом направлении Братство вело миссионерскую деятельность. На средства Братства покупались одежда, обувь, лекарства, также печатались учебные пособия на языках северных народов. Благотворительной деятельностью и истинно христианским отношением к инородцам, члены миссии сумели расположить к себе местное население.

Существенным для успеха миссии Братство считало воспитание детей в православной вере. Для этой цели Братством открывались школы и интернаты. Научившись в интернате основам православной веры и благочестию, а также немаловажным для северных народов навыкам в культуре поведения и личной гигиены, дети прививали это своим родителям, младшим братьям и сестрам и, тем самым, увеличивали число верующих и уменьшали смертность среди своих соплеменников. Так в Обдорске был открыт интернат для пятнадцати мальчиков инородцев, а в селекции Шурышкарском школа. Воспитанием детей в интернате и школе, а также миссионерской деятельностью занимались пятнадцать монахинь Иоанно — Введенского, а также Кондинского монастырей. Сестры должны были хорошо знать местные языки, медицину. Посещая стойбища ненцев, селькупов, остяков и других народов, инокини проповедовали им истины христианской веры, обучали детей грамоте. В обязанность сестер входило также приучение женщин — инородок к соблюдению правил личной гигиены и оказание первой медицинской помощи.

В 1894 году Братство организовало еще один миссионерский стан. Место для него, по поручению Братства, искал профессор А. И. Якобий. Вернувшись из экспедиции, профессор высказался в пользу местности в низовьях реки Надым. По этой местности пролегал так называемый «горный путь». Этот путь вел из Обдорска к северо-востоку в низовья реки Енисей к жившим там низовым самоедам. Самоеды раз в год посещали Обдорск для сдачи ясака и для покупки всего необходимого. «Горный путь» был единственной дорогой в Обдорск, и самоеды обязательно ехали по нему и всегда делали остановку в низовьях Надыма. Выслушав мнение уважаемого профессора, Братство решило открыть третий миссионерский стан в Надыме. Здесь Братством была построена школа, был священник и монахини Иоанно — Введенского монастыря. В следующем году к Надымскому стану был присоединен полуостров Хэ. На острове построили приют для детей инородцев и ловили рыбу для миссии. Братство каждый год выделяло большие суммы денег на миссионерские станы, интернат и две школы. Миссия регулярно получала

от Братства различную литературу, учебные пособия. Иоанно — Введенский монастырь тоже снабжал своих сестер всем необходимым.

Миссионерская деятельность Братства на севере Тобольской епархии была очень успешной. Благодаря самоотверженному труду священнослужителей и монахинь приостановилось медленное вымирание местного населения. Священники и монахини очень добросовестно относились к своему делу. Делами благотворительности и помощи бедным и угнетенным они расположили к себе местное население. В одном из отчетов Братства упоминается о послушнице Кондинского монастыря Нине Лепехиной, которая «своею самоотверженною деятельностью сумела привлечь к себе души Низямских инородцев и в два месяца сделала то, для чего потребовалось бы два года времени» [3].

*Примечания*

1. Отчет о деятельности Братства св. великомученика Димитрия Солу некого за 1894–95год. — Тобольск, 1895. — С. 18.
2. Отчет о деятельности Братства св. великомученика Димитрия Солу некого за 1893–94год. — Тобольск, 1894. — С. 21.
3. Отчет о деятельности Братства св. великомученика Димитрия Солунского за 1894–95год. — Тобольск, 1895. — С. 6.

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ И ПРИНЦИПЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

*В.С. Сидорова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Понятие имиджа организации, его влияние на социально-экономическую деятельность организации, принципы формирования имиджа, имидж как часть бренда, задачи формирования имиджа, основные составляющие форменного стиля.*

**Annotation.** *The notion of the image of the organization, its impact on socio-economic activities of the organization, the principles of image formation, the image as part of the brand, the task of image formation, the main components of the shaped style.*

В современной экономической обстановке как на отечественном, так и на международном рынках важное значение наряду с финансовыми показателями приобретают важность и нематериальные составляющие успеха организации. К ним можно отнести имидж организации. Имидж организации влияет на ее конкурентоспособность; ценообразование; мнение о продукции, выпускаемой предприятием; качество клиентуры и партнеров, то есть практически на все сферы жизнедеятельности организации.

На сегодняшний день, многие организации не учитывают важность формирования своего положительного имиджа. Имидж оказывает психологическое, информационное, эмоциональное воздействие на потребителя, тем самым манипулируя его выбором. Улучшая отношение потребителя к самой организации и к ее продукции, позитивный имидж оказывает прямое влияние, как на объем продаж, так и на удовлетворенность потребителей продукцией (услугой) организации. Он формирует лояльность потребителя, облегчает доступ к различным ресурсам: финансовым, информационным, человеческим, материальным; расширяет сферу партнерства. Так же имидж является одной из существенных составляющих бренда. Он дает возможность увеличить количество лояльных клиентов, закрепиться на определенном сегменте рынка, а в ряде случаев позволяет создать новую индивидуальную нишу на рынке.

Имидж — это образ, впечатление, которое производит организация на агентов внешней и внутренней среды. Существует также имидж продукта, который схож с впечатлением о человеке, ведь эти два имиджа строятся на зрительном восприятии — запоминающийся образ, необычная фактура продукта. Имидж фирмы отличается тем, что здесь задействован комплекс свойств, качеств, которые сложно представить зрительно. Создание положительного имиджа органи-

зации включает не только рекламу, мероприятия для «раскрутки», презентации, но и качество производимой продукции, оказание услуг на должном уровне. Гораздо выгоднее изначально хорошо поставить себя на рынке и сформировать положительный образ в глазах клиентов, чем потом исправлять хаотично организованный образ, собранный со слухов и догадок. Приступая к длительной организации создания имиджа необходимо дать формулировки и определения имиджу, суметь выразить словами, а затем подкрепить средствами публичных рилейшн. Имидж должен соответствовать специфике организации, не быть похожим на имидж других организаций, всегда совершенствовать товары и услуги, знать свою целевую аудиторию. Прежде чем создавать имидж необходимо определиться со сферой деятельности организации в настоящем и в дальнейшей перспективе, проанализировать отличия товаров и услуг от товаров и услуг конкурентных организаций, их преимущества и недостатки. Недостатки конкурентов обязательно учесть в своем имидже, чтобы не повторить их ошибок, а наоборот превратить их в преимущества своей деятельности [3, с. 125].

В основе формирования имиджа находится активность предприятия на рынке, также учитывается социальная направленность деятельности или выпускаемого продукта (услуги). Имидж организации связан с рекламой, торговой маркой, личным имиджем руководителя организации.

И. М. Синяева определяет имидж организации (корпоративный, или организационный имидж) как образ организации в представлении разных групп общественности. «Коммерческий успех любой организации определяется устойчивым получением прибыли посредством реализации потребителям производимой продукции (услуг) и заключается в умении добиться того, чтобы покупатели в условиях конкуренции отдавали предпочтение именно данной продукции. Стабильному коммерческому успеху предприятия способствует его позитивный имидж». Недостатком данного определения, на наш взгляд, является нехватка дополнения, что имидж организации можно сформировать искусственно, либо он сам сформируется стихийно [6, с. 80].

Наиболее полное определение имиджу дает М. Медведев. Он пишет, что в содержании данного понятия необходимо выделить две грани:

- имидж как целенаправленно сформированный информационно-образный конструкт, целостно характеризующий субъекта маркетинговой коммуникации и адресованный аудитории с целью эмоционально-психологического воздействия на нее;
- имидж как субъективно воспринимаемый аудиторией образ, содержащий существенные характеристики субъекта маркетинговой коммуникации (личности, организации) и выражаемый в оценках, суждениях, формах потребительского поведения.

Данное определение, является наиболее полным и наиболее сложным, поскольку охватывает разные стороны понятия имиджа.

Перед тем как приступить к созданию имиджа, необходимо выяснить, во-первых, род деятельности фирмы в настоящее время и в перспективе; во-вторых, чем товары и услуги фирмы отличаются от товаров и услуг конкурентов.

Задачами формирования имиджа являются:

- повышение престижа фирмы, так как разработка фирменного стиля свидетельствует о внимании фирмы не только к вопросам производства;
- повышение эффективности рекламы и различных мероприятий по продвижению товара;
- облегчение введения на рынок новых товаров (услуг), так как фирме со сложившимся имиджем вывести товар на рынок легче;

— повышение конкурентоспособности фирмы, так как в условиях равного товара конкуренция ведется на уровне имиджей фирм [1, с. 22].

Процесс формирования имиджа — это:

— создание и разработка позитивного и привлекательного образа субъекта социальной коммуникации, содержащего в себе определенную систему ценностей и качеств;

— конкретная деятельность, целью которой является доведение этого образа до сознания целевых групп клиентов с целью сформировать и поддержать их позитивное отношение к предоставляемому продукту, другими словами — продвижение продукта в системе социальной коммуникации.

В понятие «имидж» входит и такой термин, как «фирменный стиль». Фирменный стиль есть составная часть и одновременно средство создания имиджа. В содержательном плане фирменный стиль — это совокупность визуальных (графических, цветовых), пластических и акустических приемов, придающих стилевое единство всем составляющим деятельности фирмы: ее продукции, менеджменту, маркетинговой политике и тактике, персоналу.

Существует два подхода к пониманию фирменного стиля:

— в узком смысле фирменный стиль — это цветовая и графическая марка фирмы и товара, которая используется в рекламе и оформлении деловых бумаг;

— в широком смысле фирменный стиль — это единый принцип оформления марки фирмы и товара, деловых бумаг и документации, офиса и внешнего вида сотрудников [5, с. 33].

Основные составляющие фирменного стиля, которые впоследствии и создают имидж организации:

— товарный знак — центральный элемент стиля. Это зарегистрированные в установленном порядке изобразительные, словесные, объемные, звуковые обозначения или их комбинации, которые используются его владельцем для идентификации своих товаров;

— логотип — оригинальное начертание или сокращенное наименование фирмы;

— фирменный лозунг — постоянно используемый фирменный оригинальный девиз;

— фирменный шрифт — может восприниматься как «мужественный» или «женственный», «легкий» и «тяжелый», «элегантный» или «грубый», «прочный», «деловой» и т. п. Задача разработчиков фирменного стиля — найти «свой» шрифт, который «вписывался» бы в образ марки;

— фирменный цвет также является важнейшим элементом фирменного стиля, одним из компонентов общей картины образа фирмы. Цвет делает элементы фирменного стиля более привлекательными, запоминающимися, позволяющими оказать сильное эмоциональное воздействие;

— рекламный символ фирмы (определенный персонаж, размещаемый в графической форме на печатных материалах фирмы и выступающий от ее имени в рекламных кампаниях и PR-акциях) [2, с. 105].

Фирменный стиль отвечает за доверительные отношения между фирмой и ее целевой аудиторией. Стиль, привлекающий клиентов, дает им ощущение надежности получаемых услуг и качества товаров, чем дольше стиль будет оставаться привлекательным и инновационным, тем предпочтительнее будут услуги именно этой организации. Также хорошо узнаваемый и интересующий стиль увеличивает эффективность рекламы — среди аналогичных товаров, зарекомендовавшая себя марка будет обращать на себя больше внимания и клиент на подсознании доверяет больше громкому имени, чем сомнительным конкурентам.

Также имидж создает корпоративную культуру и этику среди персонала организации, тем самым укрепляя ответственность за свои действия внутри организации и формируя гордость за свой вклад в общее дело.

При стабильно высоком уровне других элементов комплекса маркетинга фирменный стиль приносит его владельцу следующие преимущества:

- помогает ориентироваться потребителям в потоке информации, быстро и безошибочно находить товар фирмы, которая уже завоевала их предпочтение;
- позволяет фирме с меньшими затратами выводить на рынок свои новые товары;
- повышает эффективность рекламы;
- снижает расходы на формирование коммуникаций за счет повышения эффективности рекламы;
- помогает достичь необходимого единства не только рекламы, но и других средств маркетинговых коммуникаций фирмы (например, коммерческой пропаганды: проведения пресс-конференций, выпуска престижных проспектов и т. п.);
- способствует повышению корпоративного духа, объединяет сотрудников, вырабатывает чувство причастности к общему делу, «фирменный патриотизм»;
- положительно влияет на эстетический уровень и визуальную среду фирмы.

На формирование имиджа организации влияют как объективные (социально-психологические), так и субъективные (индивидуально-психологические) факторы.

Объективные факторы — общественное мнение окружающих людей об организации. Субъективные представляют образ, с которым у человека ассоциируется организация, его субъективные взгляды, желания и предпочтения.

Рассмотрим данные факторы на примере рынка труда.

Объективным фактором можно назвать известность предприятия. Чем более известна организация, при условии, что репутация стабильна и не испорчена общественными мнениями, тем большим спросом будет пользоваться продукция на рынке, по сравнению с аналоговыми товарами и услугами конкурентов. [20, с. 54] Менее известные же предприятия с большей вероятностью будут «отсеяны» целевой группой клиентов в ряды подобных предприятий, приписывая таковой организации характеристики присущие этим подобным предприятиям и не знакомясь с продукцией, считать, что в услугах нет ничего нового и инновационного. По мнению большинства психологов, люди скорее припишут неизвестной организации негативные качества. Поэтому важно всегда поддерживать позитивный имидж своей организации, упоминать о своей деятельности.

Субъективные факторы — это характеристика самих сотрудников организации (пол, возраст, профессиональные качества). Субъективными можно назвать факторы, воздействующие на формирование имиджа. Например, индивидуальные характеристики работников организации — пол сотрудника, его возраст, образование, черты характера, состояние здоровья. Выраженное индивидуально-психологическое влияние на формирование имиджа организации оказывают прямые контакты потенциального работника с организацией и ее сотрудниками. Позитивные или же наоборот негативные впечатления определяются личными предпочтениями, обычное местоположение организации уже может послужить определенными стереотипами.

Разделение на виды и классы имиджа спорная тема. Практически каждый, кто анализировал его, имеет свое представление о классификации видов имиджа. Г.Н. Татарина выделяет три категории имиджа.

Реальный имидж — это общественные впечатления о предприятии, товарах и услугах, а также о руководителе предприятия. Такой имидж есть у всех организаций. Практически работа по связям общественностью и исследования имиджа, начинается именно с изучения реального имиджа организации.

Зеркальный имидж — это то, как видит руководитель свою организацию. То, чем по его мнению обладает фирма, какими характеристиками, фирменным стилем. Лидер фирмы часто преувеличивает истинность знания о своей организации. Проведенное исследование помогает руководителю посмотреть на вещи реально, оценить все промахи, которые он сам просто не замечал. Зеркальный имидж следует изучать и для того, чтобы достичь в дальнейшем желаемого имиджа.

Искомый имидж — это желаемый образ организации или личности, который является продуктом профессиональной разработки. Технологии PR позволяют создавать, исследовать и продвигать искомый имидж [25, с. 168].

Организация имеет несколько видов имиджа, для каждой группы общественности он свой. Имидж организации у потребителей составляют уникальные характеристики продукции, такие как качество, оформление товара, скидки, сервисные услуги, акции и даже известность торговой марки.

Бизнес-имидж организации формируется из представлений партнеров об организации как субъекте определенной деятельности. Добросовестность в осуществлении деятельности, информационная открытость, лояльное отношение к партнерам, высокие объемы продаж, разнообразие и обилие товаров и услуг, относительная доля рынка и гибкая ценовая политика — все это относится к бизнес-имиджу фирмы.

Представление общественности о социальных целях и роли организации в социальной, экономической жизни общества входит в определение социального имиджа. Он сформирован с помощью информирования общественности о социальных аспектах деятельности организации, сюда включают поддержку общественных движений, благотворительные акции, спонсорство, участие в решении экологических, культурных проблем.

Имидж организации для госструктур включает представления об организации представителей региональной администрации, исполнительной и законодательной власти. Параметрами такого имиджа являются: участие организации в региональных социальных программах, значимость продукции организации для региона, количество рабочих мест для жителей региона, выполнение организацией региональных и федеральных законов.

Внутренний имидж организации создает представления сотрудников о своей организации. Сотрудники рассматриваются не только как фактор конкурентоспособности организации, но и как получение информации об организации из внешних источников. Основными определителями внутреннего имиджа организации являются ее культура и социально-психологический климат. Под культурой понимаются системы подборов и обучения сотрудников, отношений руководства и подчинения, системы льгот и поощрений, фирменный стиль организации. Социально-психологический климат включает мнение и психологический настрой сотрудников, оценка условий для работы индивидуального сотрудника в коллективе.

Гарет Морган в своей работе «Имиджи организации» выделяет восемь различных моделей организационного развития. Он имеет свой обоснованный взгляд на имиджи компании, аргументированный через метафоры:

- организация как механизм;
- организация как живой организм;
- организация как мозг;
- организация как культура;
- организация как политическая система;
- организация как тюрьма для психики;
- организация как постоянное движение и трансформация;
- организация как власть [4, с. 100].

Организация как механизм представляет собой классическую бюрократическую модель. Яркий пример — компания KFC, система кафе быстрого питания, где все работает как часы. В такой организации люди приходят на работу в точно назначенное время, выполняют заранее определенные действия, уходят на перерыв и возвращаются назад опять в строго назначенное время и так работают до конца рабочего дня. Эти фирмы построены по принципу механизма, более того, работники таких организаций должны вести себя так, как если бы они были винтиками или деталями машины. У организации, выбравшей для себя такой внутренний имидж (и соответственно исходящий из него внешний имидж) есть свои сильные и слабые стороны. Сильные стороны очевидны.

Механистический подход к организации оказывается эффективным только при следующих условиях:

- если поставленные задачи просты;
- если внешняя среда достаточно стабильна, чтобы выпускаемая продукция отвечала заданным параметрам и требованиям качества;
- когда сохраняется желание и необходимость снова и снова производить одни и те же изделия;
- когда необходима точность и аккуратность;
- когда сотрудники выполняют роль «винтиков в машине» и ведут себя соответственно корпоративной этике.

Компания KFC в свою очередь достигла успеха именно за счет применения вышеперечисленных условий. Она систематизировала организацию своих ресторанов таким образом, что каждый филиал производил единую стандартную продукцию. Такие организации полагаются на точность расчетов, нацеленных на рынок массового потребления.

Помимо плюсов, в такой системе есть ряд недостатков:

- часто такой подход плохо приспособляется к быстро меняющимся условиям внешней среды;
- когда интересы сотрудников противоречат целям поставленным организацией;
- такой подход может оказать грубым и несправедливым по отношению к сотрудникам, стоящим на нижней ступени иерархической лестницы [13, с. 330].

Организация как живой организм. В имидже организации каждое звено зависит от другого, все сотрудники работают единой командой, каждый осознает не только свою важность, но и важность людей с которыми создают общее дело. Все это благотворно влияет на имидж и работу организации, сотрудники видят положительную динамику и представляют коллектив цельным организмом. В такой системе есть и минусы, если одна структура окажется слабее других, то начнет действовать «естественный отбор», что может негативно повлиять на всю организацию в целом.

Организация как мозг. В такой организации сотрудник совершенствует себя и саму организацию, легко развивается и обучается. Такой имидж характерен для японских фирм, в которых часто нанимают сотрудника пожизненно. Принцип работы мозга — постоянно обучаться и совершенствоваться, отсюда и название такого вида имиджа. В таких организациях не думают о механических проблемах, но это может являться минусом данной системы, так как фирма рискует пропустить противоречия между самоорганизацией с одной стороны и контролем с другой.

Организация как культура. Это культурно развитая целостная система. В такой организации сотрудников учат решать проблемы с помощью сотрудничества, брать ответственность на себя, за деятельность персонала [11, с. 80]. Такие фирмы «любимчики» общества, они часто заботятся об экологии, настроении населения, тем самым создавая привлекательным имидж. Даже отставания по



качеству продукции от конкурентов порой не мешают такой организации иметь хорошие продажи. Первой корпорацией взявшей себе такой имидж была Matsushita Electric Company. В таких организациях всегда есть свой кодекс, гимн. Но минусы у такой системы тоже имеются, ведь культуру невозможно предсказать, это не механизм, которым можно управлять.

Организация как политическая система. Она открыта и демократична. Такая организация обменивается информацией с внешней средой. Проводится анализ интересов сотрудников и постоянных клиентов организации. Минусом выступает то, что, как и в политике, здесь могут сформироваться оппозиционные партии, враждующие и готовые привести данную систему к расколу и распаду идей и ценностей фирмы.

Организация как тюрьма для психики. Такие организации, находясь в заблуждении своих собственных принципов, и данные заблуждения отделяют их от реального мира. Как пример, можно назвать фирму IBM. В конце 70-х годов она занимала лидирующие положения на компьютерном рынке. Производство фирмы было ограничено аппаратными обеспечениями и крупными компьютерными системами. Компания Microsoft отслеживала меняющиеся тенденции и начала выпуск персональных компьютеров, что оставило IBM со своими принципами позади. Сильными сторонами такой системы является то, что они находят те процессы, которые не удовлетворяют людей, и находят способ их преобразования. Такие организации часто выводят на рынок совершенно новый продукт. Проблема же в том, что со временем фирма уже не может выйти из созданного образа и модернизироваться, что ведет к немедленному устареванию.

Организация как постоянное движение и трансформация. Такие фирмы, не останавливаясь, всегда идут вперед. Они всегда пробуют разнообразить список своих товаров и услуг [6, с. 72]. Анализируют свое местоположение, и, замечая, что организация не продвигается, срочно находят какие-либо изменения. Слабая сторона таких организаций в том, что абсолютно новый продукт, который они производят, может оказаться невостребованным на рынке, покупатели просто не поймут потребность в нем. Хотя при всем при этом сама организация произвела большие затраты на исследования.

Организация как власть. Роль таких организаций — постоянно контролировать общество, сделать его зависимым от своих товаров и услуг. Положительная сторона такой системы — это то, что общество, часто не думая, покупает именно ту продукцию, что ему навязывают. При хорошем имидже следствием могут быть массовые продажи. С другой стороны, если кто-либо докажет людям, что ими управляли и навязывали продукции, то имидж организации будет бесповоротно испорчен, исправить такое положение будет тяжело [20, с. 125].

Есть организации, которые совмещают в себе признаки разных имиджевых направленностей, что может оказать хорошую помощь в конкурентной борьбе на рынке. Главное, перед тем как формировать имидж, необходимо исследовать свою организацию, лояльность клиентов, узнать какой бы организацию хотели видеть ее владельцы, служащие и клиенты.

#### *Литература*

1. Браун, Л. Имидж — ключ к успеху [Текст] / Л. Браун. — Москва, 2014.
2. Годин, А. М. Бренд-имидж [Текст] / А.М. Годин // Бренддинг: учеб. пособие — Москва, 2012.
3. Грачев, А. С. PR-служба — основа безупречного имиджа: практическое пособие [Текст] / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина // PR-служба компании. — Москва, 2014.
4. Морган, Г. Имидж организации (восемь моделей организационного развития) [Текст] / Г. Морган. — Москва, 2011.

5. Мухина, М. В. Оценка как способ формирования имиджа организации [Текст] / М. В. Мухина // Вестн. Волгоградского гос. ун-та. Сер. 2. Языкознание. — Волгоград: 2011. — № 1 (13). — С. 33–37.
6. Синяева, И. М. Маркетинг в коммерции: учеб. пособие [Текст] / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Дашков и К, 2012.

## К ВОПРОСУ О ТОЛЕРАНТНОСТИ В ИНКЛЮЗИВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ ТЮМЕНСКОГО РЕГИОНА

*Ж.Ю. Брук, Т.В. Семеновских*

*ФГБОУ ВО «Тюменский государственный университет»,  
Институт психологии и педагогики*

**Аннотация.** *В статье представлен анализ основных задач по развитию толерантной образовательной среды в Тюменском регионе. В рамках Концепции качества образования в Тюменской области реализуется Межведомственная программа «Толерантность — духовно-нравственное воспитание», целью которой является: укрепление толерантной среды на основе ценностей многонационального российского общества, общероссийской гражданской идентичности и создание социальных, правовых, организационных предпосылок для совершенствования системы духовно-нравственного воспитания детей и молодежи в Тюменской области.*

**Annotation.** *The article presents an analysis of the main tasks for the development of a tolerant educational environment in the Tyumen region. Within the concept of the quality of education in the Tyumen area the interdepartmental program «Tolerance — the spiritual and moral education», whose aim is to: strengthen the tolerant environment based on the values of the multinational Russian society and Russian civic identity and the creation of social, legal and organizational conditions for the improvement of the spiritual moral education of children and youth in the Tyumen region.*

Современный этап развития человечества характеризуют разнонаправленные и противоречивые тенденции, которые обуславливают многополярное, мозаичное построение мира, не стал исключением и термин «толерантность» [1], [6]. «Толерантность» с позиции этики рассматривается как норма поведения и нравственный эталон. Толерантность подразумевает равноправие, свободу и беспристрастность суждений. Это требование уважать права Других («иных») быть такими, какие они есть; не допускать причинения им вреда.

В педагогической науке термин «толерантность» чаще всего ассоциируют с воспитательной идеей: он рассматривается через призму воспитанности, требующей самоограничений и позволяющей относиться к окружающим с позиции «на равных» [4, с. 106].

В психологии, например, в исследованиях Г. Оллпорта, «толерантность» — категория, раскрывающая личностную характеристику человека, объединяющая знание себя, ответственность, чувство комического, автономность, эмпатийность [3, с. 12–13].

Ю.В. Трифонов рассматривает «толерантность как способность человека противостоять различным воздействиям, выводящим его из состояния нервно-пси-

хической стабильности и самостоятельно возвращаться в состояние психического равновесия» [5, с. 6].

В условиях обострения экономических, политических и общественных проблем увеличивается число детей и взрослых, которые нуждаются в индивидуальном сопровождении образования, в социальной защите и психолого-педагогической поддержке, что требует совершенствования психолого-педагогической теории и практики, усиления роли педагога, психолога в современном образовательном учреждении. Удовлетворение образовательных потребностей учащихся, представителей разных культур и этносов — лишь одна из функций современного инклюзивного образования. Сегодня пересматривается значимость воспитательной, социальной, дидактической функций: обеспечить всем категориям обучающихся психологический комфорт и защищенность, научить их жить в мире и согласии.

В образовательных учреждениях Тюменской области выявлены следующие противоречия и проблемы:

- между объективным характером развития мировых тенденций толерантного воспитания и в значительной мере стихийным характером адаптации его концепций и технологий к национальным (российским), региональным и местным (муниципальным) условиям;

- между притоком в образовательные учреждения региона детей и молодежи из семей мигрантов, прибывших из ближнего зарубежья, слабо владеющих русским языком и воспитанных на иных ценностях и традициях, и обучением на русском языке по новым для них учебным программам;

- между необходимостью комплексного толерантного воспитания детей и молодежи региона и отсутствием его системы, создание которой сдерживается ведомственным подходом, разделяющим руководство этим процессом по департаментам, общественным объединениям и организациям;

- между необходимостью разработки и внедрения современных программ толерантного воспитания детей и молодежи в образовательных средах Тюменской области и дефицитом этнокультурных и религиозоведческих знаний осуществляющих их педагогов.

Имеет место неудовлетворенность социума и психолого-педагогического общества состоянием толерантного воспитания, изъяны которого могут обернуться дисгармонией в межэтнических и межкультурных отношениях подрастающих поколений и проявлениями ксенофобии и экстремизма в детской и молодежной среде.

В рамках Концепции качества образования в Тюменской области с 2008 года в регионе реализуется Межведомственная программа «Толерантность — духовно-нравственное воспитание», разработанная Тюменским областным государственным институтом развития регионального образования (ТОГИРРО). Целью программы является укрепление толерантной среды на основе ценностей многонационального российского общества, общероссийской гражданской идентичности и создание социальных, правовых, организационных предпосылок для совершенствования системы духовно-нравственного воспитания детей и молодежи в Тюменской области.

В этой связи перед педагогическим сообществом региона стоят следующие задачи:

1. Обеспечение реализации индивидуальных потребностей личности (семьи) в общем образовании, интегрирующих потенциал личностной, социальной и профессиональной успешности обучающихся.

2. Осуществление общественных потребностей (социального заказа) в общем образовании, обеспечивающих нравственное развитие, правосознание, социальную активность и ответственность школьников в условиях разнообразия окружающих их культур и ценностей.

3. Реализация государственных потребностей (государственного заказа) в общем образовании — приоритетов развития человеческого капитала, национального единства и безопасности.

4. Введение курсов толерантной направленности в профильное обучение и предпрофильную подготовку школьников.

5. Обеспечение объективной оценки толерантного воспитания учащихся на ступенях начального, основного и среднего (полного) образования.

6. Информационное обеспечение районных органов управления образованием и образовательных учреждений по вопросам толерантного воспитания школьников.

7. Включение блоков этнопсихологии и этнопедагогике в систему психологического сопровождения личности учащихся общеобразовательных школ.

8. Эффективное использование информационных технологий в создании толерантной среды образовательных учреждений региона.

9. Развитие сети школьных музеев как ресурсных центров толерантного воспитания учащихся.

В рамках реализации международного проекта «Подготовка и повышение квалификации педагогов и образовательных менеджеров к работе с гетерогенными группами и организациями» в структуре Института психологии и педагогики ТюмГУ создан 01.07.2014 года Международный компетентностный центр инклюзивного образования (МКЦИО). Основная цель деятельности Центра — создание в рамках международного консорциума многоуровневой системы подготовки повышения квалификации педагогов и образовательных менеджеров к работе с гетерогенными группами и организациями.

Основными видами деятельности Центра являются:

□ Разработка образовательных программ бакалавриата, магистратуры, аспирантуры.

□ Разработка дополнительных образовательных программ для педагогов региона.

□ Повышение квалификации педагогов и образовательных менеджеров региона в области инклюзивного образования.

□ Консультирование педагогов по проблемам взаимодействия с гетерогенными группами и обучение родителей мигрантов.

□ Консультирование студентов с ограниченными возможностями и мигрантов по разработке индивидуальных планов обучения и образовательных маршрутов. Создание условий для обучения лиц с ограниченными возможностями.

□ Проведение исследований специфических потребностей различных групп детей и населения.

□ Проведение видео-конференций, онлайн-семинаров, мастерских, круглых столов по проблемам инклюзивного образования, проведение координационных заседаний.

□ Формирование регионального образовательного сообщества по проблемам инклюзии (взаимодействие с социальными с социальными партнерами: миграционными службами, обществами инвалидов, образовательными учреждениями).

□ Разработка стратегического плана развития инклюзивного образования в регионе.

Итак, коннотируя вышесказанное, толерантность — это, прежде всего, активное отношение, формируемое на основе признания универсальных прав и основных свобод человека. Толерантность означает уважение, принятие и правильное понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявлений человеческой индивидуальности, это гармония в многообразии, это добродетель, которая делает возможным достижение мира и способствует замене культуры войны культурой мира.

#### *Литература*

1. Брук Ж.Ю. Коммуникативная толерантность у студентов вузов гуманитарного и технического направления обучения // Закономерности и тенденции развития науки в современном мире. Сборник статей Международной научно-практической конференции. — Стерлитамак, 2015. — С. 34–37.
2. Декларация принципов толерантности, утвержденная Резолюцией 5.61 Генеральной конференцией ЮНЕСКО от 16 ноября 1995.
3. Клепцова Е.Ю. Психология и педагогика толерантности: учеб. пособие для вузов. — М.: Академический проект, 2004. — 176 с.
4. Мириманова М. С. Толерантность как проблема воспитания // Развитие личности. — 2002. — № 2. — С. 104–115.
5. Практикум по психодиагностике и исследованию толерантности личности / под ред. Г.У. Солдатовой, Л.А. Шайгеровой. — М.: МГУ им. Ломоносова, 2003. — 112 с.
6. Семеновских Т.В. Взаимосвязь толерантности и стрессоустойчивости в старшем подростковом возрасте. // Интернет-журнал «Науковедение». — 2015. — Том 7. — №5 (30) [Электронный ресурс]. — М.: Науковедение, 2015. — Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/139PVN515.pdf>, свободный. — Загл. с экрана. — Яз. рус., англ.

## ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ

*Н.А. Кычкова, В.С. Сидорова*

*Тюменский государственный институт культуры*

**Аннотация.** *Электронные деньги и электронные платежи, участники системы электронных денег, правовое регулирование электронных денег на территории Российской Федерации, принципы механизма обращения электронных денег, электронные платежные системы.*

**Annotation.** *Electronic money and electronic payments, the participants of electronic money system, legal regulation of electronic money on the territory of the Russian Federation, principles of the mechanism of circulation of electronic money, electronic payment system.*

Во все времена экономическая составляющая мира не стоит на месте, а постоянно развивается. Процессы внедрения новых информационных технологий оказывают влияние на все сферы деятельности отдельного предприятия и экономики в целом. Постоянно появляются различные финансовые продукты. Одним из таких продуктов являются электронные деньги. Развитие электронных денег на территории Российской Федерации происходит уже почти 10 лет. Возникновение первых из них относят к 1998 году (Assist, CyberPlat, WebMoney Transfer). Все мы знаем историю появления денег, но появление электронных денег в нашей жизни не каждый человек может отследить с точностью до года.

Электронные деньги — это своеобразная замена банкнот, монет на более современный способ расчета (оплаты), электронные деньги находятся на электронном носителе, что позволяет производить сделки на расстоянии.

Электронные деньги и электронные платежные системы, по смыслу очень схожие понятия, но разные по значимости. Электронные деньги это всегда безналичная операция, проходящая в какой — либо системе, электронные платежные системы могут совершать безналичный расчет, а так же оперировать наличными средствами.

Состав участников системы электронных денег будет зависеть от особенностей ее организации. Можно выделить следующих участников системы электронных денег: 1) эмитент; 2) держатель/плательщик электронных денег; 3) получатель электронных денег; 4) банки агенты; 5) системный администратор.

Наиболее важную роль в системе электронных денег играет эмитент.

В разных системах электронных денег эмитент играет различную роль. Можно выделить эмитентов электронных денег, которые играют роль денежных посредников, и эмитентов, выступающих в роли лишь поставщиков сервисных услуг. Эмитенты, которые выступают в роли денежных посредников, выполняют банковские функции.

Появление электронных денег в нашей жизни параллельно проходило с освоением сети Интернет. Большое количество интернет магазинов заставили нас воспользоваться этими, на первый взгляд странными способами оплаты, но с опаской и большим сомнением мы доверились этому процессу. В результате этого люди стали более рационально тратить свое время, но защищены ли наши деньги?

Не для кого ни секрет, что уровень безопасности электронных денег не высок. Это связано с отсутствием конкретных правил обслуживания и оборота электронных денежных средств. Правовое регулирование электронных денег на территории Российской Федерации происходит за счет подчинения общим положениям законодательства. Вследствие этого возникают проблемы, т.к. законодательство регулирует электронные платежные системы, стараясь решить как можно больше проблем в законодательстве, но зачастую темпы развития мошенничества быстрее темпов законодательства.

Пользуясь Интернет-магазином можно столкнуться с некоторыми проблемами. На территории России используется три вида онлайн-платежных систем: пластиковые карты, электронные чеки и электронные деньги. Существуют статистические сравнения электронных платежных систем используемых в Интернет-магазинах, которые говорят о том, что всего в 40% случаях покупателям дают право воспользоваться своим электронным кошельком при оплате заказа. Некоторые Интернет-магазины не имеют электронных платежей, аргументируя это тем, что ни одна схема организации электронной коммерции не может гарантировать 100-процентную безопасность. Из-за этого магазины предпочитают получить расчет за заказ наличными курьеру или через банковский счет. Они утверждают, что количество желающих воспользоваться электронными деньгами в России не так много, как на Западе, и вынуждают покупателя «играть» по правилам, удобным продавцу.

Для решения вышеизложенной проблемы, обеспечения безопасности электронных платежей, создаются международные стандарты. Таким решением является стандарт — SET на сегодняшний день он является единственным стандартом. Он был принят главными международными платежными системами. С помощью этого стандарта предусматриваются все возможные риски при проведении электронных платежей, вне зависимости от способа идентификации клиента. Появление

SET позволило идентифицировать всех участников процесса и в дальнейшем установить высокую степень доверия между участниками электронных платежей.

Обращение электронных денег регулируется Федеральным законом от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» (далее — Закон № 161-ФЗ). До этого закона электронные деньги ни чем в законодательстве РФ не регулировались. Этот закон заложил базу регулирования электронных денежных средств. И в последующем уравнивал электронные средства платежа и бумажные деньги.

Решение проблемы безопасности основывается на криптографических или шифровальных системах, обеспечивающих:

- конфиденциальность — информация должна быть защищена от несанкционированного доступа как при хранении, так и при передаче;

- аутентификацию — необходимо однозначно идентифицировать отправителя, при однозначной идентификации отправитель не может отказаться от послания;

- целостность — информация должна быть защищена от несанкционированной модификации как при хранении, так и при передаче.

При определении конструкции электронных денег необходимо учитывать аспекты действующего законодательства. Механизм обращения электронных денег основан на следующих принципах:

- внесение держателем денежных средств эмитенту в качестве покрытия будущих операций — может возникать аналогия с договором банковского вклада до востребования (гл. 44 ГК РФ) либо договором беспроцентного займа, в котором заемщик является эмитентом (гл. 42 ГК РФ);

- учет суммы требования в электронных базах данных эмитента — может возникать аналогия с договором банковского счета (гл. 45 ГК РФ);

- возможность передать права требования к эмитенту между держателями при обращении электронных денег (гл. 24 ГК РФ);

- осуществление платежей эмитентом в пользу третьих лиц по результатам проведенных операций (гл. 46 ГК РФ).

Электронные деньги нельзя потрогать, это нечто недостижимое, с одной стороны, они находятся на электронном устройстве, но в то же время, они находятся в непосредственном владении только своего держателя. Электронные деньги выступают в качестве замены банкнотам и монетам, а это значит, что все процедуры связанные с электронными деньгами должны одновременно быть устройствами, которые содержат запись о сумме электронных денег и саму денежную стоимость. Работа электронных денег не основана на индивидуальных счетах, поскольку это делало бы электронные деньги одной из форм депозита.

Процедуру пользования удаленным доступом к серверам, используют для хранения электронных денег, по-другому ее называют — виртуальным бумажником (v-wallets), эти процедуры хранятся на сервере эмитента, доступ к которым можно получить через ввод персонального кода дистанционно. Чтобы воспользоваться переводом электронных денег держателю требуется получить дистанционный доступ к серверу, и только после этого может осуществляться перевод с помощью программно-аппаратных средств по коммуникационным сетям.

Электронные денежные системы в зависимости от покупательной способности можно разделить таким образом:

- «закрытые» системы («closed» systems);

- «полуоткрытые» системы («semi-open» systems);

- «открытые» системы («open» systems).

В «закрытых» системах покупательная способность стоимости ограничивается возможностью «приобретения» товаров только у одной компании — эмитента стоимости.

Электронные деньги выпущенные в таких системах, не являются по своей природе денежными. Примером можно назвать — карты для оплаты проезда в автобусах.

В «полуоткрытых» системах покупательная способность стоимости может распространяться на товары собственного производства эмитента, а также других компаний. В такой системе электронные деньги выпускаются, как правило, производственными или торговыми предприятиями. Примером можно назвать — подарочные или накопительные карты в торговых центрах.

В «открытых» системах покупательная способность стоимости распространяется на всю продукцию. В этой системе электронные деньги выпускаются третьей стороной. Примером можно назвать — электронный кошелек.

Электронные платежные системы не только упрощают нам жизнь, но зачастую становятся источником прибыли для мошенников. Когда мы переносим наши денежные средства в электронный формат, то автоматически теряем сто процентную гарантию их сохранности. Этим и пользуются мошенники. Нам сложно отследить движение электронных денежных средств, многие не понимают серьезность шифрования и других защитных средств. Все мы надеемся, что защищены как представителями этих услуг, так и законодательством Российской Федерации. Но способности и знания нарушителей закона поражают, они способны взломать любой уровень защиты. Это можно объяснить не только плохой развитостью законодательства, но тем, что эти программы и уровни защиты электронных платежных средств создаются такими же людьми. На каждого умного программиста найдется более изощренный взломщик, который не просто выполняет свою работу за существенное вознаграждение, а за несколько часов способен похитить до не скольких миллионов рублей. Таким образом, мошенники с большой легкостью обогащаются и полностью уверены в своей безнаказанности.

Правовое регулирование электронных денег в России требует большой работы от нашего законодательства. Следует уделить большое внимание уровню шифрования данных, при защите электронных платежных систем. Проблемы требуют наискорейшего решения, ведь процент пользования электронными деньгами постоянно растет вместе с уровнем информатизации мира.

#### *Литература*

1. Российская Федерация. Кодексы. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.1 [Электронный ресурс] : [федеральный закон от 30 ноября 1994 г. №51-ФЗ : принят Гос. Думой 21 октября 1994 г. : действующая редакция от 13 июля 2015 г.]. — Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». — Режим доступа : <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online>.
2. Российская Федерация. Кодексы. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.2 [Электронный ресурс] : [федеральный закон от 26 января 1996 г. №51-ФЗ : принят Гос. Думой 22 декабря 1995 г. : действующая редакция от 26 июня 2015 г.]. — Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». — Режим доступа : <https://www.consultant.ru/popular/gkrf2/>
3. Дедолин, А. М. Правовые проблемы в сфере электронных денег [Текст] / А. М. Дедолин. — Москва : Весна, 2014. — 139 с.
4. Завьялова, Л. В. Внутренний финансовый контроль в условиях нового законодательства [Текст] / Л. В. Завьялова, К. Е. Шилехин // Вестник Омского университета. Серия «Экономика» — 2013. — № 4. — С. 88–89.
5. Кочергин, Д. А. Электронные деньги: анализ с позиции современных денежных теорий [Текст] / Д. А. Кочергин // Вестник Санкт-Петербургского университета. — 2010. — сер.5 — № 6. — С. 11–28.
6. Платонов, Е. И. Современная интерпретация понятия «электронные деньги» [Текст] / Е. И. Платонов. // Деньги и кредит. — 2010. — № 4. — С. 45–54.
7. Халевинская, Е. Д. Всемирная торговая организация и российские интересы [Текст] / Е. Д. Халевинская, Е. В. Вавилов. — Москва: Магистр, 2009. — 421 с.



## ФЕНОМЕН МИНИМАЛИЗМА В КОНТЕКСТЕ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ

*А.Е. Согласова*

*Челябинская государственная академия культуры и искусства*

**Аннотация.** *В данной статье дается анализ феномена минимализма, уделяется внимание проблеме общества потребления, а именно того образа жизни, которое данная система навязала людям. Минимализм рассматривается как альтернативная жизненная позиция, как выход из сложившейся ситуации. Особое внимание уделяется преимуществам минималистического образа жизни.*

**Annotation.** *This article provides an analysis of the phenomenon of minimalism, paid the special attention to the problem of the consumer society, exactly, the way of life that the system has imposed on people. Minimalism is considered as an alternative attitude to life, as a way of going out of this situation. Particular attention is paid to the benefits of a minimalist lifestyle.*

В середине прошлого века американский консультант по маркетингу Виктор Лебов говорил: «Наша чрезвычайно продуктивная экономика... требует того, чтобы мы сделали потребление стилем жизни, чтобы мы превратили покупки и использование товаров в ритуалы, чтобы мы искали в потреблении духовного удовлетворения... Нам нужно, чтобы вещи потреблялись, горели, изнашивались, заменялись и выбрасывались во все более растущем масштабе» [1]. Слова В. Лебова стали пророческими. В современном обществе уже не «человек — мера всех вещей», но «вещи — мера всех вещей». Данный процесс начался в 70-х годах XX века, когда началось массовое производство товаров, благодаря начавшейся научно-технической революции (НТР). Научно-техническая революция, начавшаяся в странах Запада, через некоторое время стала проникать и в другие регионы мира.

Последствия столь быстрых темпов прогресса коснулись и социальной сферы. В магазинах появилось огромное количество товаров, и люди как бешеные стали покупать все подряд, не спрашивая себя «действительно ли я не могу обойтись без этой вещи? По-настоящему ли она нужна мне?». Постепенно все это стало определенным стилем жизни современного общества. Люди легко поддаются влиянию рекламы и приобретают товары, которые порой совсем не имеют настоящей практической ценности. Немецкие ученые недавно опубликовали интересные данные: за последние 50 лет, немцы стали в среднем жить на 400% богаче, а количество несчастных людей, страдающих депрессией, выросло на 38% [3]. Это явление называют материальным проклятием человечества. Живя по таким правилам не один десяток лет, постепенно стали появляться люди, которые не согласны быть частью этой системы. Отказавшись от всех прелестей общества потребления, эти люди задумались о замене привычного образа жизни.

В настоящее время явных альтернатив обществу потребления нет. Необходим переход от общества, главной целью которого является то, что человек может потребить, к обществу, где главной целью является то, что человек может создать. Нельзя превращать потребление в основной смысл существования цивилизации, общества, индивидуального человека. Всегда есть что-то более высокое, ради чего, в конце концов, мы и потребляем. В результате этой фетишизации смысла потребления, статусного характера потребления, мы имеем у 20% населения эк-

зистенциальный невроз [2]. Альтернативой является лишь самоограничение и нематериальные ценности (самореализация, творчество и т.п.). В наши дни все больше появляется людей, которые хотят свернуть с дороги общества потребления и научиться жить, используя минимум вещей, делая лишь то, что действительно хочешь и умеешь. Этот образ жизни получил название минимализм.

Минимализм — это инструмент для избавления от всего лишнего в пользу сосредоточения внимания на самом важном в жизни, чтобы вы могли найти счастье, целостность и свободу. Самоограничение не значит, что надо вести спартанский образ жизни, самоограничение подразумевает разумный подход к материальным ценностям.

Джошуа Мильберн и Райан Никодемус — два друга, известные минималисты современности. Как и все обычные люди, они работали на высокооплачиваемых работах, имели машины и все прелести общества потребления. В один момент Райан и Джошуа поняли, что они совершенно не счастливы. Два друга обнаружили, что работа по 70–80 часов в неделю и покупка вещей не заполняют пустоту. И они вернули контроль над своей жизнью, используя принципы минимализма. В 2011 году выходит их первая книга «Минимализм. Важнейшие эссе» [4], где объясняются все преимущества минималистического образа жизни. Как они утверждают, минимализм поможет человеку в нескольких направлениях, включая:

- *Восстановление нашего времени.* Исключить из своей жизни напрасную трату времени и использовать его с пользой для себя и окружающих.

- *Освобождение от лишней вещей.* Избавление от лишней вещей дарует свободу. Я — это не мои вещи. Мы — нечто большее, чем наши пожитки.

- *Наслаждение жизнью.* Не тратьте свое время в бесконечном планировании. Или в бесконечном беспокойстве. Вместо этого, просто наслаждайтесь моментом. Замечайте, что принесли вам все ваши усилия.

- *Обнаружение смысла в нашей жизни.* Приносить пользу в жизнь других людей — это одно из самых важных вещей, которое вы можете сделать в своей жизни, и это никак не связано с деньгами. Стремление людей не брать, а отдавать есть смысл жизни настоящего минималиста.

- *Жизнь в настоящем.* Не обитайте в прошлом. Не беспокойтесь о будущем. Просто будьте в настоящем.

- *Концентрация на важном.* Избавьтесь от лишнего в жизни, и вы сможете сконцентрироваться на самом важном. После того, как человек избавляется от лишнего, у него появляется возможность расставить более лучшие приоритеты в жизни.

- *Следование за мечтой.* Важно найти свою мечту. Может вы уже знаете, какая ваша мечта, а может и нет. Сделайте себе одолжение и найдите ее, и это все изменит для вас.

- *Поиск счастья.* Счастье, в понимании минималистов, достигается через осмысленную жизнь, наполненной страстью и свободой, через жизнь, в которой мы можем расти как личность и приносить пользу другим людям. Минималисты ищут счастья не через вещи, а через саму жизнь.

- *Ощущение свободы.* Минимализм — это инструмент, который поможет вам достичь свободы. В минимализме нет правил. Следуйте своей природе и не чувствуйте вины за это.

- *Больше создавать, меньше потреблять.* Сокращать чисто материальные потребности, а полученные средства от этого направлять на общепольное созидание.

Чтобы изменить текущую ситуацию, нужна смена мотивов, изменение стимулов и отказ от ложных ценностей навязанных СМИ и рекламой. Нужен переход к обще-

ству созидания, где главным богатство, то, что создает сам человек, тем самым оставляя после себя след в истории и накладывая отпечаток на окружающий мир. Необходимо всерьез говорить об ограничении того статуса, той фетишизации потребления, которая в настоящее время существует. Да, есть цель — жить хорошо. Есть средство — потребление. С этим никто не спорит. Это нормальный процесс. Но если средство становится самоцелью, возникает так называемый закон смещения.

Многие научные современные исследования подтверждают, что человек нашего времени становится жертвой потребления, и чтобы избавиться от этой порочной практики человек должен обрести новые цели, а вместе с тем и новый смысл жизни. Мне представляется, что минимализм дает такой шанс. И как сказал известный английский писатель Сомерсет Моэм: «Время, которое так быстротечно, время, уходящее безвозвратно, — вот драгоценнейшее достояние человека, и выбрасывать его на ветер есть самая изощренная форма расточительности».

#### *Литература*

1. Ресурсо-ориентированная экономика [Электронный ресурс] / Словари и энциклопедии в Академике. — Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1612568> (Дата обращения 13.10.2015)
2. Новоселова, Е. Свобода или смерть духа. Два взгляда на общество потребления [Электронный ресурс] / Елена Новоселова. — Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/07/28/potreblenie-site.html> (Дата обращения: 13.10.2015)
3. Общество потребления и его альтернатива. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://sector83.net/kult\\_potrebleniya\\_i\\_ego\\_alternativa](http://sector83.net/kult_potrebleniya_i_ego_alternativa) — (Дата обращения: 13.10.2015)
4. Филдс, Дж., Никодемус, Р. Минимализм. Важнейшие эссе [Электронный ресурс] / Дж. Филдс Мильберн, Р. Никодемус. — Режим доступа: <http://fanread.ru/book/8746286/> (Дата обращения: 16.10.2015)

## СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ КОНВЕНЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ У МЕНЕДЖЕРОВ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

*М.Ю. Воронцова*

*Сургутский государственный педагогический университет*

**Аннотация.** В статье рассмотрено построение модели формирования конвенциональных отношений, охарактеризованы целевой, содержательный, процессуальный и результативно-диагностический этапы, сформулированы основные принципы и педагогические условия функционирования модели.

**Annotation.** The article considers the construction of models of formation of conventional relations, characterized by trust, substantive, procedural and effective-diagnostic, formulated Osnovnyye principles and pedagogical conditions of functioning of the model.

Моделирование, наряду с системным анализом и синтезом, является одним из ведущих методов научного исследования. Начальный этап научного исследо-

вания предполагает разработку модели – построение материальной или мысленной системы, которая функционирует аналогично исследуемому процессу и позволяет изучить его свойства в системе [4]. Одним из видов мысленной модели является образно-процессуальная модель, представляющая собой совокупность представлений о реальном и прогнозируемом состоянии объекта деятельности, а также о целях и способах реализации этой деятельности.

В теоретическом обосновании модели формирования конвенциональных отношений у менеджеров социально-культурной деятельности в условиях освоения профессиональных и общекультурных компетенций мы исходим из общепринятого в педагогической и философской науке представления о модели как системе, включающей в себя цели, содержание, способы и средства, а также результаты образовательного процесса (Ю.К. Бабанский).

Социально-педагогическая модель формирования конвенциональных отношений у менеджеров социально-культурной деятельности включает взаимосвязанный и взаимообусловленный комплекс, объединяющий несколько блоков: целевой, содержательный, процессуальный, результативно-диагностический.

Целевой блок модели ориентирован на достижение готовности студентов к позитивной коммуникации на основе формирования конвенциональных отношений.

Целевой блок определяет цель и назначение модели – сформировать конвенциональные отношения у менеджеров социально-культурной деятельности в условиях освоения профессиональных и общекультурных компетенций. Рассматривая целевой блок модели, мы определили основные направления задач в процессе формирования конвенциональных отношений у студентов.

Синтезируя образовательные, воспитательные и развивающие аспекты обучения, целевой блок нашей модели можно определить следующим образом:

- 1) развитие в процессе обучения способностей студентов к продуктивной самостоятельной деятельности в современной деловой среде;
- 2) формирование компонентов конвенциональной культуры, а именно: развитие коммуникативных способностей, использование конвенциональных норм в ежедневной деловой практике, формирование практических умений по составлению нормативно-правовых и организационных документов.
- 3) студенты составят целостное представление о традициях и современных формах культуры профессионального общения.

Студент рассматривается как совокупность социальных характеристик (свойств, качеств), которые он приобретает в предметной деятельности, выполняя полезную общественную роль с позиций своего положения в обществе. Социальная среда, в которой находится студент, занимаясь общественно полезной деятельностью, вступая в деловые и межличностные отношения с другими людьми через общение, есть источник становления его личности. Именно поэтому деятельностный подход задает ориентир формирования конвенциональных отношений у менеджеров социально-культурной деятельности в процессе обучения в вузе.

Процессуальный блок модели раскрывает этапы формирования конвенциональных отношений (Мотивационно-ориентировочный, этап усвоения конвенциональных знаний, этап отработки умений, этап трансляции), определяется выбор методов обучения студента, а также условия реализации формирования культуры конвенциональных отношений у менеджеров социально-культурной деятельности.

Любая система успешно функционирует и развивается при соблюдении определенных условий (Ю. К. Бабанский, Ю. А. Конаржевский, Н. В. Кузьмина и др.). Следовательно, формирование конвенциональных отношений в процессе обуче-

ния в вузе будет происходить более эффективно при создании специального комплекса педагогических условий.

В педагогике условия чаще всего понимают как факторы, обстоятельства, совокупность мер, от которых зависит эффективность функционирования педагогической модели. А.С. Белкин, Л.П. Качалова, Е.В. Коротаева, Н.М. Яковлева и другие рассматривают педагогические условия как то, что способствует успешному протеканию чего-либо, как педагогически комфортную среду, как совокупность мер в учебно-воспитательном процессе, обеспечивающих достижение студентами профессионального уровня деятельности [3].

Применительно к нашему исследованию под педагогическими условиями мы будем понимать совокупность необходимых мер, способствующих успешности формирования конвенциональных отношений у менеджеров социально-культурной деятельности в процессе обучения в вузе. Комплекс педагогических условий мы рассматриваем как совокупность взаимосвязанных педагогических условий, реализация которых будет способствовать повышению уровня сформированности конвенциональной культуры студентов в процессе обучения в вузе.

Таким образом, на основании вышеизложенного мы считаем, что комплексом педагогических условий формирования конвенциональных отношений у менеджеров социально-культурной деятельности в условиях освоения профессиональных и общекультурных компетенций являются следующие условия:

1. Создание педагогически комфортной образовательной среды. В целях уточнения понятия педагогически комфортная образовательная среда укажем, что понятие комфорт рассматривается как удобная обстановка в самом общем толковании. В соотношении с педагогическим понятием это, на наш взгляд, благоприятные условия для развития и формирования личности. С этих позиций исследователи в педагогике обращаются к раскрытию понятия комфортная среда [1]. Так, Т.Ф. Лошакова, разрабатывая модель комфортной среды, трактует понятие комфортной среды как совокупность условий, определяющих благоприятный климат для актуализации потенциала всех участников образовательного процесса.

Можно сказать, что под комфортной средой «скрывается» понятие психологический климат, что дает возможность охарактеризовать педагогически комфортную среду как эмоционально-положительные состояния каждого участника образовательной среды и взаимоотношения между ними, и, как указывал А. Н. Лутошкин, в качестве составной психологического климата выступает педагогическое благополучие [2].

Структурными компонентами педагогически комфортной среды, обеспечивающими эффективность и результативность процесса формирования конвенциональных отношений в процессе обучения в вузе, мы выделяем создание творческой, благожелательной атмосферы, организацию индивидуальной ситуации успеха, содействие самореализации студентов.

Создание творческой, благожелательной атмосферы предполагает принцип оптимального общения между преподавателями и студентами как единственный ключ в выстраивании педагогического общения, сотворчество между участниками образовательного процесса.

2. Организация индивидуальной ситуации успеха (А.С. Белкин) — это такое целенаправленное, организованное сочетание условий, при которых создается возможность достичь значительных результатов в деятельности как отдельно взятой личности, так и коллектива в целом. Важно подчеркнуть, что в педагогическом смысле это результат продуманной, подготовленной стратегии, тактики

педагога [3]. Содействие самореализации студентов — постоянная убежденность в потенциальном творческом даре студентов (вера в возможности и перспективы каждого студента, и любые отклонения следует рассматривать как результат недифференцированного подхода к нему; негуманно по отношению к нему воспринимать его естественные неудачи как неспособность и реагировать на них осуждающе, резко критически).

3. Рефлексивная самоорганизация конвенциональности предусматривает развитие толерантности, интеллектуальной мобильности, инициативности. Существенным для нас является то, что собственная личностная позиция студентов к совершенствованию своего творческого роста, установки на анализ и осмысление процесса и результата своей деятельности, понимание своей индивидуальности, достоинств ведет к сознательному и целенаправленному управлению своей деятельностью. В процессе подготовки будущего специалиста неотъемлемым является не только получение определенных знаний, умений и навыков, но и формирование конвенциональности, востребование ее в различных образовательных ситуациях, в которых студент может проявить гибкость, не стереотипность и оригинальность мышления, способность быстро менять действия в соответствии с новыми условиями.

4. Включенность студентов в проектировочную деятельность, под которой мы понимаем деятельность студентов, направленную на усвоение программного материала через создание проекта, его оформление и публичную защиту. Обоснованием данного условия является следующее: проектировочная деятельность направлена на усвоение программного материала, формирование учебных умений, развитие психологических характеристик, воспитание личностных качеств, приобретение опыта деятельности и т.д.; предполагает творческую реализацию исследовательских, поисковых, проблемных методов; ключевая проблема учебного проекта должна быть лично значимой для студента [2].

Разработанные условия создают основу для прочного усвоения знаний и умений, свободной информационной ориентации при решении профессиональных задач, оптимизации поиска их решения; способствует совершенствованию профессиональной подготовки и оказывает продуктивное влияние на становление конвенциональности; позволяет преподавателю выстроить и поддержать педагогически целесообразный стиль взаимоотношений со студентами, обеспечить педагогически комфортную среду образовательного процесса, повысить эффективность данного процесса.

Содержательный блок, который включает необходимые знания, умения и навыки, дает установку на реализацию намеченной цели. Содержательный компонент объединяет в себе принципы, функции и содержание. Формирование конвенциональных отношений у менеджеров социально-культурной деятельности опирается на принципы.

М. Симоно, В.Г. Бочарова, И.И. Шульга выделяют методологические и психолого-педагогические принципы социально-культурной анимации, позволяющие нам рассматривать социально-культурную анимацию в контексте формирования конвенциональных отношений:

— принцип самоактивизации — усиление, оживление деятельности, активности; переход к более подвижному состоянию, к решительным действиям, как источник и сверхзадача анимационной деятельности;

— принцип глубинного общения, как основа взаимодействия субъектов в социально-культурной анимации;

— принцип развития предполагает, что формирование конвенциональных отношений средствами анимации происходит закономерно, что переходы от одних форм к другим не носят хаотического характера даже тогда, когда включают элементы случайности и вариативности;

— принцип совершенствования.

Содержание отображает структуру заранее спроектированной познавательной деятельности в рамках курса по выбору «Конвенциональные взаимоотношения в социально-культурной сфере» и имеет следующий вид: 1) выявление сущности и назначения конвенционального общения как психолого-педагогического феномена; 2) изучение основных принципов конвенционального общения; 3) отработка коммуникативных, перцептивных и интерактивных умений межличностного взаимодействия; 4) отработка умений, связанных с внешним оформлением поведения, на основе формирования эстетического контроля; 5) самостоятельная, творческая деятельность по выстраиванию собственного стиля конвенционального общения в различных этикетных ситуациях, на основе формирования этических основ поведения.

Результативно-диагностический блок определяет возможности мониторинга процесса формирования конвенциональных отношений у менеджеров социально-культурной деятельности в процессе обучения в вузе и включает в себя критерии конвенциональности — толерантность, мобильность и инициативность, уровни — конвенциональный, доконвенциональный и неконвенциональный, а также показатели деятельности.

Результативно-диагностический блок позволяет осуществлять как комплексный, так и поэтапный контроль над процессом формирования конвенциональных отношений в процессе обучения в вузе, что дает возможность коррекции и упорядочения процесса.

Представленную модель следует рассматривать в единстве всех ее элементов. Реализация на практике модели приведет к достаточно глубоким и устойчивым изменениям в структуре личности студента.

Использование специально разработанной модели формирования конвенциональных отношений у студентов является одним из условий успешной подготовки и выпуска конкурентоспособного специалиста.

#### *Литература*

1. Давыдов, В.В. Теория развивающего обучения: [монография] / В.В. Давыдов. — М.: ИНТОР, 1996. — 544 с.
2. Диагностика успешности учителя: учеб. пособие [Текст] / ред. А.А. Рождественская. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Педагогический поиск, 2001. — 160 с.
3. Иванов, С.Н. Мониторинг педагогических систем [Текст] / С.Н. Иванов // Инновационные процессы в условиях комплекса «педколледж-педвуз»: сб. науч. ст. — Сургут: РИО СурГПУ, 1995. — С. 12–16.
4. Современные технологии социально-культурной деятельности: учеб. пособие [Текст] / под науч. ред. проф. Е.И. Григорьевой. Тамбов: Изд-во Першина, 2004. — 512 с.
5. Туев, В.В. Социально-культурная деятельность как понятие (включение в дискуссию) [Текст] / В.В. Туев // Ученые записки / под. ред. Т.Г. Киселева, В.И. Черниченко, Н.Н. Ярошенко. — М.: МГУКИ, 2001. — С. 25–39.

## Содержание

### ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

<i>Е.М. Акулич.</i> ХОББИ КАК САМОДОСТАТОЧНОСТЬ ГРАЖДАН В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ В ОБЩЕСТВЕ .....	6
<i>В.А. Воронова.</i> СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА СИБИРЯКОВ .....	8
<i>А.В. Горелов.</i> АНАЛИЗ РЕЛИГИОЗНОГО МЫШЛЕНИЯ С ПОЗИЦИИ НАТУРОЦЕНТРИЗМА .....	13
<i>Ю.Л. Игнатюк.</i> ПРОБЛЕМАТИКА ВОСПРОИЗВОДСТВА КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ .....	16
<i>Л.Н. Кошетарова.</i> ЭКСПЕРТИЗА КАК КОМПЛЕКСНАЯ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ .....	20
<i>Диакон Димитрий Майоров.</i> ТЕОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ И КУЛЬТУРА ТЕОЛОГИИ: ДИХОТОМИЯ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО СТАТУСА ПРАВОСЛАВНОЙ ТЕОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ .....	24
<i>Н.Э. Мартынова.</i> К ПРОБЛЕМЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПОНЯТИЯ «ТРАДИЦИЯ» .....	29
<i>М.В. Попова-Родригеш.</i> СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДИАГНОСТИКА ТАНЦЕВАЛЬНОГО СПОРТА В ПОРТУГАЛИИ .....	33
<i>Л.В. Секретова.</i> ФЕСТИВАЛИ В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ И ДОСУГА В ОМСКЕ .....	36
<i>С.Ю. Тополева.</i> ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СИБИРИ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА .....	41

### РАЗДЕЛ I. СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ

<i>М.В. Базилевич.</i> МУЗЫКАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В ТГИК КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ МУЗЫКОВЕДА-ПРОСВЕТИТЕЛЯ .....	48
<i>В.С. Лебедев, Я.Д. Борисова.</i> МОТИВАЦИЯ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ ХОРЕОГРАФА КАК УСЛОВИЕ ТВОРЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ К ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	51
<i>В.С. Лебедев, В.В. Чупрова.</i> ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ШКОЛЬНИКОВ В УСЛОВИЯХ СРЕДНЕЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ .....	56
<i>Е.В. Гракова, М.Н. Лопатина.</i> ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИБЛИОТЕК .....	61
<i>Т.П. Земляных.</i> МОНОХРОННОСТИ И ПОЛИХРОННОСТЬ В ПРАКТИКЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	65



<i>М.В. Кораблина.</i> ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ И СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ (ОПЫТ НИДЕРЛАНДОВ) .....	68
<i>А.В. Кручинина, Н. Омельченко, А. Поддубицкий.</i> НЕКОТОРЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СЛЕНГОВОЙ ЛЕКСИКИ СЕТИ ИНТЕРНЕТ .....	72
<i>С.В. Ильина, М.Ф. Кряжева.</i> САЙТ ВУЗА КУЛЬТУРЫ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ .....	76
<i>Л.Н. Захарова.</i> ОБУЧЕНИЕ КУЛЬТУРЕ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ .....	80
<i>А.Ю. Лосинская, А.Р. Шарафутдинов.</i> АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ БОЕВЫХ ИСКУССТВ НА КУЛЬТУРНОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ НАРОДОВ РОССИИ .....	82
<i>Н.В. Кушнарёва.</i> ВЛИЯНИЕ ИНОСТРАННЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ НА РАЗВИТИЕ ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ .....	85
<i>Т.А. Нестерова.</i> РАЗВИТИЕ ДЕТСКИХ И МОЛОДЕЖНЫХ ДВИЖЕНИЙ В Г. ИШИМЕ .....	89
<i>А.С. Пляхотко.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ БИБЛИОТЕКИ (НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА ПРЕЗИДЕНТСКОЙ БИБЛИОТЕКИ ИМ. Б.Н. ЕЛЬЦИНА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ).....	92
<i>П.А. Полякова.</i> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ФЕНОМЕНА ФЕМИНИЗМА .....	95
<i>Ф.Х. Попова, М.А. Васильева.</i> EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОДЮСЕРСКОГО ЦЕНТРА.....	98
<i>В.С. Лебедев, Л.В. Сабанина.</i> ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫЙ ПОДХОД В СОЦИАЛЬНОМ ВОСПИТАНИИ ДОШКОЛЬНИКОВ .....	101
<i>В.С. Лебедев.</i> СОЦИАЛЬНОЕ ВОСПИТАНИЕ РЕБЕНКА В ДОШКОЛЬНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ .....	105
<i>Н.И. Южакова.</i> ОСОБЕННОСТИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ МАЛЫХ ИСТОРИЧЕСКИХ ГОРОДОВ .....	112
<i>Е.П. Любичкая.</i> ЗНАЧИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ КРАЕВЕДЕНИЯ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ.....	117
<i>А.С. Чернов.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ .....	120
<i>Д.И. Румбина.</i> СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭСТЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ .....	121

## РАЗДЕЛ II. КУЛЬТУРНЫЕ КОНТЕКСТЫ ДОСУГА

<i>Е.В. Кичук.</i> РОЛЬ КУЛЬТУРЫ ДОСУГА В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ .....	126
<i>В.В. Попов, М.В. Попова-Родригеш.</i> СОЦИАЛИЗИРУЮЩИЕ МЕХАНИЗМЫ ТАНЦЕВАЛЬНОГО ИСКУССТВА .....	129
<i>Л.В. Шацких.</i> ВСЕМИРНЫЕ ВЫСТАВКИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX ВЕКА КАК СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ДИАЛОГА КУЛЬТУР .....	132
<i>О.А. Голосова.</i> ИГРОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЕЖИ .....	136
<i>Л.И. Саблукова.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ДОСУГОВОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ ОМСКОГО РЕГИОНА В СФЕРЕ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО ПОКАЗА .....	140
<i>И.В. Кузнецова.</i> БРЕНД-КЕЙС КАК PR-МЕТОД В ШОУ-БИЗНЕСЕ .....	144
<i>И.В. Кузнецова.</i> ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО СВАДЕБНОГО ТОРЖЕСТВА .....	148
<i>А.А. Куликова.</i> ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ .....	153
<i>В.Н. Шапалов.</i> МУЗЕЙНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ С.И. ЩУКИНА И И.А. МОРОЗОВА В КОНТЕКСТЕ РОССИЙСКО-ФРАНЦУЗСКИХ КУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ .....	157
<i>А.А. Ницак.</i> МИР SELFIE: К ВОПРОСУ ОБ АКТУАЛЬНОСТИ .....	163
<i>Е.А. Олейник.</i> ОБРЯДОВЫЙ ПРАЗДНИК ПОСВЯЩЕНИЯ В СТУДЕНТЫ В ТВОРЧЕСКОМ ВУЗЕ (ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ) .....	165
<i>Ф.Х. Попова, О.В. Муравенкова.</i> ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА ДЕТЕЙ В ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРАХ .....	168
<i>Л.Г. Скульмовская, Н.В. Сушкова.</i> ИЗУЧЕНИЕ МОТИВОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ, ВЛИЯЮЩИХ НА ВЫБОР СЕМЕЙНОГО ОТДЫХА И ТУРИЗМА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ .....	172
<i>А.Н. Соколов.</i> О ХОРОШЕМ КИНО В КОНТЕКСТЕ ДОСУГА .....	176
<i>С.В. Юдин.</i> ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕЖИМ В КОНТЕКСТЕ АКТУАЛЬНОЙ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ .....	177
<i>Д.А. Бондарчук.</i> ЗРЕЛИЩНОСТЬ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФОРМ ШОУ-БИЗНЕСА КАК ОСОБЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА .....	180
<i>Г.Г. Волощенко.</i> СРЕДНЕВЕКОВОЙ ДОСУГ. СИРИЙСКИЙ ИЗЛОМ .....	182
<i>В.Ю. Кошель, О.В. Штаб.</i> ПРАВОВАЯ ОХРАНА ФОНОГРАММ И МУЗЫКАЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ .....	185

**РАЗДЕЛ III. СОЦИАЛЬНЫЕ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ  
В РЕГИОНАЛЬНОМ КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

<i>Л.Ю. Антонова.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ДОСУГОВОЙ АКТИВНОСТИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ РЕГИОНА ЧЕРЕЗ ВОЛОНТЕРСТВО.....	190
<i>А.В. Горелов.</i> АНАЛИЗ ОБРЯДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ПОЗИЦИЙ НАТУРОЦЕНТРИЗМА .....	194
<i>Т.О. Адрианова.</i> ТЕАТР КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ .....	198
<i>Д. Алимов.</i> ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ РЫНКА ТРУДА В ХМАО — ЮГРЕ .....	202
<i>Л.Ф. Балина, Е.Е. Колтунов.</i> СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ СРЕДА РЕГИОНА В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ.....	208
<i>А.А. Безгубенко.</i> А. ГАУДИ КАК БРЕНД-ПЕРСОНА БАРСЕЛОНЫ...	212
<i>Д.А. Горская.</i> ЭКОПОСЕЛЕНСТВО В КОНТЕКСТЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДАУНШИФТИНГА .....	215
<i>Е.А. Климова.</i> БОДИПОЗИТИВ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ .....	218
<i>А.В. Кручинина.</i> К ВОПРОСУ ОБ ЭВОЛЮЦИИ СИСТЕМЫ ЭТНИЧЕСКИХ ИМЕН НАРОДОВ ТЮМЕНСКОГО СЕВЕРА (НА ПРИМЕРЕ ОБСКО-УГОРСКИХ, САМОДИЙСКИХ И СЕЛЬКУПСКИХ ЭТНОНИМОВ) .....	220
<i>А.В. Македон.</i> МОЛОДЕЖЬ КАК СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	224
<i>С.М. Молоков, Д.Э. Байсултанова.</i> ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МИГРАЦИОННЫМИ КОНФЛИКТАМИ И РОЛЬ ФЕДЕРАЛЬНОЙ МИГРАЦИОННОЙ СЛУЖБЫ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ) .....	227
<i>Е.А. Рочев.</i> ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ .....	230
<i>М.И. Селяков.</i> МИССИОНЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТОБОЛЬСКОЙ ЕПАРХИИ В XIX ВЕКЕ.....	233
<i>В.С. Сидорова.</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ И ПРИНЦИПЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ .....	235
<i>Ж.Ю. Брук, Т.В. Семеновских.</i> К ВОПРОСУ О ТОЛЕРАНТНОСТИ В ИНКЛЮЗИВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ ТЮМЕНСКОГО РЕГИОНА .....	242
<i>Н.А. Кычкова, В.С. Сидорова.</i> ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ .....	245
<i>А.Е. Согласова.</i> ФЕНОМЕН МИНИМАЛИЗМА В КОНТЕКСТЕ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ .....	249
<i>М.Ю. Воронцова.</i> СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ КОНВЕНЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ У МЕНЕДЖЕРОВ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ .....	251

---

**ВЕСТНИК  
ТЮМЕНСКОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ИНСТИТУТА  
КУЛЬТУРЫ**

**02 (04) / 2015**

**СОЦИУМ. КУЛЬТУРА. ЛИЧНОСТЬ. ДОСУГ:  
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ  
РЕГИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ**

**Материалы  
VI Международной научно-практической конференции**

*19–21 ноября 2015 года*

Подписано в печать 13.11.2015 г.  
Формат 60х84/8. Гарнитура «TextBook»  
Печать цифровая. Бумага белая 80 г/м<sup>3</sup>  
Усл.-печ. л. 30,2. Заказ № 45. Тираж 500

Отпечатано в редакционно-издательском центре  
Тюменского государственного института культуры  
625049, г. Тюмень, Московский тракт, 41  
e-mail: kniga102@gmail.com