



Science Publishing Center «Sociosphere-CZ»
Belgorod State Institute of Arts and Culture
Dniester State Institute of Education Development
Transnistria State University named after T. G. Shevchenko
Tashkent Islamic University

**ACTIVITY OF WELFARE INSTITUTES
IN A MODERN SOCIOCULTURAL SITUATION:
THEORY AND PRACTICE PROBLEMS**

Materials of the II international scientific conference
on April 22–23, 2014

Prague
2014

Activity of welfare institutes in a modern sociocultural situation: theory and practice problems : materials of the II international scientific conference on April 22–23, 2014. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ». – 188 p.

Editorial board:

Beletskaya Yelena Aleksandrovna, candidate of psychological sciences, associate professor of the Belgorod State Institute of Arts and Culture.

Daradur Natalya Afanasyevna, candidate of historical sciences, senior research associate of the Transnistria State Institute for the Advancement of Education.

Miroshnichenko Yelena Vasilyevna, candidate of pedagogic sciences, senior professor of the Belgorod State Institute of Arts and Culture.

Usataya Nina Borisovna, director of training-consultation center of the Bendery Teacher Training College.

Golub Natalya Aleksandrovna, candidate of economic sciences, associate professor of the Transnistria State University named after T. G. Shevchenko.

Kushaev Umidjon Rakhimovich, PhD, the associate professor, the head of the department of spirituality, education and art of the Science Research Institute at Tashkent Islamic University.

These Conference Proceedings combines materials of the conference – research papers and thesis reports of scientific workers and professors. It examines the problematic of activity of welfare institutes in a modern sociocultural situation. Some articles deal with questions of social and cultural institutions. A number of articles are covered with national, political and informational aspects of sociocultural development. Some articles are devoted to cultural-leisure activity.

UDC 316.7

ISBN 978-80-87966-25-9

The edition is included into Russian Science Citation Index.

© Vědecko vydavatelské centrum
«Sociosféra-CZ», 2014.
© Group of authors, 2014.

CONTENTS

I. SOCIAL AND CULTURAL INSTITUTIONS: TYPES, PECULIARITIES, ACTIVITIES

Гончаров В. Н. Социальные институты в системе общественного развития	7
Колосова О. Ю. Социально-культурные институты: сущность и типология	11
Козырева М. В. Семья как социально-культурный институт современного общества	16
Дашкова Е. В., Некрасова О. В. Современный музей: определение научных дефиниций	20
Литвинова А. И. Оценка музейной деятельности как ключ к функционированию учреждения	27
Шемаев С. А. Интеграция библиотек, музеев, архивов в современное информационное пространство	33
Калашникова Н. Н., Мешков В. А. Модельные дома культуры как современные формы социально-культурной инноватики	36
Хименец Т. Б., Наумова Н. А. Обрядовая культура Белгородчины в деятельности образовательных и культурно-досуговых учреждений	39

II. SOCIOCULTURAL DEVELOPMENT: NATIONAL, POLITICAL AND INFORMATIONAL ASPECTS

Курбанмамадов П. Национальный менталитет в структуре эстетической культуры	43
Селюкова Т. А. Национальное своеобразие народного музыкального творчества в культурогенезе Белгородского региона	46
Сайфутдинова Г. Б., Хемраев Х. Р. Таджикская Республика в составе СССР	52
Дорошкевич А. С. Новые основания социального неравенства	54

Березняк Н. О. Культуроохранные технологии социально-культурной деятельности: теория и практика.....	63
Белецкая Е. А., Товолжанская Н. В. Социально-культурный кластер как фактор повышения уровня культурных потребностей населения Белгородской области.....	67
Савченко А. В., Махортов Д. О. Вирусная реклама как канал распространения рекламного материала.....	72
Епифанова А. Г. Национально-культурный компонент в дизайне рекламы	75

III. CULTURAL-LEISURE ACTIVITY, ITS SOCIAL AND PERSONAL VALUE

Шевцова Т. В., Черномырдина С. О. Сущность и специфика турагентской деятельности.....	77
Белавина А. К. Анимационная деятельность как инструмент рекламы индустрии гостеприимства	81
Абдуллаев Э. М. Выставочная деятельность как средство маркетинговой коммуникации в туризме: основные подходы и проблемы.....	85
Ефремова Н. В., Гененко О. Н. Законодательно-правовая база как основополагающий фактор развития и регулирования туристской отрасли в Белгородской области	89
Белецкая Е. А., Носова Е. Г., Акопян М. Д. Развитие внутреннего туризма на Белгородчине: опыт, проблемы, перспективы	92
Харьковская Е. В., Тутаева Г. Н. Проблемы развития археологического туризма в Белгородской области.....	96
Солтанмамедов А. А. Сельский туризм: типология и особенности организации	99
Никоненко Л. С., Тимонина О. Г. Сельский туризм на Белгородчине: анализ современной ситуации.....	103
Иванова Е. В. Станица Вешенская как центр этнографического туризма	106

Витохина А. А. Развитие социально-культурной активности лиц пожилого возраста в процессе досуговой и туристической деятельности	112
Кудашов В. Ф., Кудашова Л. Т., Кострова М. В. Спортивный праздник в контексте урбанизации	115

IV. EDUCATION – SCIENCE – INNOVATIONS: NATIONAL, POLY CULTURAL, UNIVERSAL

Усманова Ш. А. Познавательная активность детей старшего дошкольного возраста	124
Богачева М. А. Нравственно-эстетический аспект в воспитании личности средствами фольклорного театра	127
Ахматьянов Р. А., Суфиярова К. И. Практика межкультурной коммуникации и освоения культур в процессе обучения детей в начальной школе.....	130
Kasimova Z. H. The use of interactive methods in the development of critical and creative thinking	132
Филиппова Ю. О., Чурин Н. А., Козырева О. А. Специфика моделирования портфолио обучающегося в структуре организации научной работы школьников.....	135
Мухамедова Р. С. Формирование у подростков интереса к учебно-текстовому материалу во взаимосвязи с изобразительным искусством – жанром портретной живописи как средство духовного развития личности.....	137
Ramazanova Sh. R. The theory of compound words formed in russian grammars of XVIII–XIX centuries	139
Туляганова М. М. Взаимосвязь русского языка с мировой литературой в ходе преподавания в вузах творческого характера.....	141
Иргашова М. Гражданская ответственность – важное качество каждого студента	144
Белецкая Е. А., Демирхан С. Специфика формирования толерантности в студенческой среде к представителям разных национальностей в образовательном пространстве вуза	146

Дегтяренко В. В., Фатеева Ю. Г. Становедческий материал в процессе социокультурной адаптации иностранных студентов.....	149
Кошелева А. Ф. Использование инновационных методов в подготовке специалистов новой формации.....	154
Мирошниченко Е. В. Профессиональная подготовка менеджеров социально-культурной деятельности с применением технологии дуального обучения	156
Мысова О. С. Организационные аспекты обучения персонала в средствах размещения	162
План международных конференций, проводимых вузами России, Азербайджана, Армении, Белоруссии, Болгарии, Ирана, Казахстана, Польши, Узбекистана, Украины и Чехии на базе НИЦ «Социосфера» в 2014 году.....	168
Plan of the international conferences organized by Universities of Russia, Armenia, Azerbaijan, Belarus, Bulgaria, Iran, Kazakhstan, Poland, Uzbekistan, Ukraine and Czech Republic on the basis of the SPC «Sociosphere» in 2014	172
Информация о журналах «Социосфера» и «Paradigmata poznání»	176
Information about the journals «Sociosphere» and «Paradigmata poznání»	180
Издательские услуги НИЦ «Социосфера» – Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»	186
Publishing services of the science publishing centre «Sociosphere» – Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»	187

I. SOCIAL AND CULTURAL INSTITUTIONS: TYPES, PECULIARITIES, ACTIVITIES

СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ В СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ

В. Н. Гончаров
Северо-Кавказский федеральный университет,
г. Ставрополь, Россия

Summary. For concept social institutes the term «social» is patrimonial. Philosophers define it as an element of social structure, historical forms of the organization and regulation of public life, in sociological literature it designates the organized associations of the people who are carrying out certain socially significant functions, providing joint achievement of the objectives on the basis of performance by members of the social roles which are set by social values, norms and examples of behavior.

Keywords: social institutes; social systems; institutionalization; social community; social control; social communication; society.

Как общественная структура, социальные институты являются социальной организацией, наиболее полно отражающей взаимодействие людей с учётом их потребностей и интересов, их ценностных ориентации и социальных установок.

Другой тип социальных систем складывается на основе общностей, социальные связи которых обусловлены объединениями организаций. Такие социальные связи называются институциональными, а социальные системы – социальными институтами.

Социальная практика показывает, что для человеческого общества жизненно важно упорядочить, регламентировать и закрепить некоторые социально-значимые отношения, сделать их обязательными. Для членов общества базисным элементом регулирования общественной жизни являются, социальные институты.

Социальные институты (от лат. institutum – установление, учреждение) – это исторически сложившиеся устойчивые формы организации совместной деятельности и отношений людей, выполняющие общественно-значимые функции. Основное предназначение социальных институтов – обеспечить удовлетворение важных жизненных потребностей. Социальные институты образуются на основе социальных связей, взаимодействий

и отношений конкретных индивидов, социальных групп, слоёв и иных общностей. Социальный институт представляет собой самостоятельное общественное образование, которое имеет свою логику развития в контексте социальной реальности [9, с. 241]. С этой точки зрения социальные институты могут быть охарактеризованы как организованные социальные системы, характеризующиеся устойчивостью структуры, интегрированностью их элементов, определённой изменчивостью их функций.

Социальные институты способны выполнять своё предназначение за счёт упорядочивания, стандартизации и формализации общественной деятельности, связей и отношений. Этот процесс упорядочивания, стандартизации и формализации называется институционализацией. Институционализация есть не что иное, как процесс формирования социального института. Процесс институционализации включает в себя ряд моментов. Предпосылкой появления социальных институтов является возникновение потребности, удовлетворение которой требует совместных организованных действий, а также условий, обеспечивающих это удовлетворение. Другой предпосылкой процесса институционализации является формирование общих целей того или иного сообщества. Институционализация, прежде всего, представляет собой процесс определения и закрепления социальных и культурных ценностей [5, с. 29–31], норм, образцов поведения, статусов и ролей, приведение их в систему, которая способна действовать в направлении удовлетворения определённых жизненно важных потребностей.

Эта система гарантирует сходное поведение людей, согласовывает и направляет в русло их определённые стремления, устанавливает способы удовлетворения их потребностей, разрешает конфликты, возникающие в процессе повседневной жизни, обеспечивает состояние равновесия и стабильности в рамках той или иной социальной общности и глобализирующегося общества целом [1, с. 110–112].

Само по себе наличие этих социокультурных элементов ещё не обеспечивает функционирование социального института. Для того чтобы он работал, необходимо, чтобы они стали достоянием внутреннего мира личности, были интернализированы ими в процессе социализации, воплотились в форму социальных ролей и статусов. Интернализация индивидами всех социокультурных элементов, формирования на их основе системы потребностей личности, ценностных ориентации и ожиданий является также важнейшим элементом институционализации.

Социальные институты – это организованные объединения людей, выполняющих определённые социально значимые функции, обеспечивающие совместное достижение целей на основе выполняемых членами своих социальных ролей, задаваемых социальными ценностями, нормами и образцами поведения.

Последние действуют от имени общества как целого. Институциональные связи можно называть ещё и нормативными, так как их характер и содержание устанавливаются обществом в целях удовлетворения потребностей его членов в тех или иных сферах общественной жизни [10, с. 11–18].

Следовательно, социальные институты выполняют в обществе функции социального управления и социального контроля как одного из элементов управления. Социальный контроль даёт возможность обществу и его системам обеспечить соблюдение нормативных условий, нарушение которых наносит ущерб социальной системе. Основными объектами такого контроля являются правовые и моральные нормы, обычаи, административные решения. Действие социального контроля сводится, с одной стороны, к применению санкций в отношении поведения, нарушающего социальные ограничения, с другой – к одобрению желательного поведения. Поведение индивидов обусловлено их потребностями. Эти потребности могут быть удовлетворены различными способами, и выбор средств для их удовлетворения зависит от системы ценностей [6, с. 213–218], принятой данной социальной общностью или обществом в целом. Принятие определённой системы ценностей способствует идентичности поведения членов общности. Воспитание и социализация направлены на то, чтобы передать индивидам установленные в данной общности образцы поведения и способы деятельности.

Социальные институты в социальном управлении и контроле играют весьма важную роль. Их задача сводится не только к принуждению. В каждом обществе существуют институты, осуществляющие гарантии свободы в определённых видах деятельности. Социальные институты могут быть охарактеризованы с точки зрения как их внешней, формальной («материальной»), структуры, так и внутренней, содержательной.

Важнейшими социальными институтами являются политические. С их помощью устанавливается и поддерживается политическая власть. Экономические институты обеспечивают процесс производства и распределения благ и услуг. Семья также один из важных социальных институтов. Её деятельность (отношения

между родителями, родителями и детьми, методы воспитания) определяется системой правовых и иных социальных норм. Наряду с этими институтами существенное значение имеют и такие социально-культурные институты, как системы образования [2, с. 3; 3, с. 197–206; 7, с. 37–41; 8, с. 33–40], здравоохранения, социальное обеспечение, культурно-воспитательные учреждения. Заметную роль в обществе продолжает играть институт религии [4, с. 15–19].

Институциональные связи, как и иные формы социальной связи, на основе которых складываются социальные общности, представляют собой упорядоченную систему, определённую социальную организацию. Это система принятых видов деятельности социальных общностей, норм и ценностей, которые гарантируют сходное поведение их членов, согласовывают и направляют в определённое русло стремления людей, устанавливают способы удовлетворения их потребностей, разрешают конфликты, возникающие в процессе повседневной жизни, обеспечивают состояние равновесия между стремлениями различных индивидов и групп данной социальной общности и общества в целом. В случае, когда это равновесие начинает колебаться, говорят о социальной дезорганизации, об интенсивном проявлении нежелательных явлений.

Библиографический список

1. Авдеев Е. А., Бакланов И. С. Информатизация и глобализация: изменения роли знаний в современном обществе : сборник конференций НИЦ «Социосфера». – 2014. – № 1. – С. 110–112.
2. Белоцерковец Н. И. Формирование социальной компетентности детей 3–7 лет в условиях открытого дошкольного образовательного учреждения. Диссертация на соискание учёной степени кандидата педагогических наук. – Карачаевск, 2002.
3. Говердовская Е. В. Особенности регионального подхода к системе высшего профессионального образования в полиэтническом пространстве Северо-Кавказского федерального округа // Гуманитарные и социальные науки. – 2013. – № 2. – С. 197–206.
4. Ерохин А. М. Культурологический аспект формирования религиозного сознания // European Social Science Journal. – 2013. – № 11–1 (38). – С. 15–19.
5. Камалова О. Н. «Соизерцание» в философско-культурологических построениях И. Ильина // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2012. – № 6. – С. 29–31.
6. Колосова О. Ю. О роли духовности в современном обществе // Система ценностей современного общества. – 2010. – № 10–2. – С. 213–218.
7. Кириллова Л. С. Теоретические подходы к организации учебной деятельности будущих специалистов социальной работы // Гуманизация образования. – 2009. – № 3. – С. 37–41.

8. Лобейко Ю. А. Паритет здоровьесберегающего профессионального образования будущих педагогов в контексте антропологического подхода // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2012. – № 4. – С. 33–40.
9. Микеева О. А. Анализ методологии и направлений исследований современной социальной реальности // Социально-гуманитарные знания. – 2009. – № 9. – С. 241.
10. Матяш Т. П., Матяш Д. В., Несмеянов Е. Е. Актуальны ли мысли Аристотеля о «хорошем» обществе? // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2012. – № 3. – С. 11–18.

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ИНСТИТУТЫ: СУЩНОСТЬ И ТИПОЛОГИЯ

О. Ю. Колосова

**Ставропольский филиал Краснодарского университета
Министерства внутренних дел Российской Федерации,
г. Ставрополь, Россия**

Summary. In modern literature there are various approaches to creation of typology of welfare institutes. The problem consists in that depending on purpose, character and the content of their activity to choose the correct criterion for their classification. As that the functional and target orientation of the welfare institutes, prevailing character of the content of their work, their structure can appear in system of the public relations.

Keywords: welfare institutes; welfare function; welfare requirements; welfare sphere; cultural and leisure activity; welfare activity.

Конкретизируя понятие «социально-культурный институт» применительно к целям и содержанию предмета социально-культурной деятельности, прежде всего, необходимо подчеркнуть широкий диапазон термина «социально-культурный институт». Он охватывает многочисленную сеть социальных институтов, обеспечивающих культурную деятельность [9, с. 94–95], процессы сохранения, создания, распространения и освоения культурных ценностей [5, с. 29–31], а также включение людей в определённую, адекватную для них субкультуру.

С точки зрения функционально-целевой направленности выделяют два уровня понимания сущности социально-культурных институтов. Соответственно можно говорить о двух их крупных разновидностях.

Первый уровень – нормативный. В данном случае социально-культурный институт рассматривается как нормативное явление, как исторически сложившаяся в обществе совокупность

определённых культурных, морально-этических, эстетических, досуговых и других норм, обычаев, традиций, объединяющихся во круг какой-либо основной, главной цели, ценности, потребности.

К социально-культурным институтам нормативного типа правомерно отнести, в первую очередь, институты, не ограничивающиеся освоением и последующим воспроизводством культурных и социальных ценностей [1, с. 26–32] или включением человека в определённую субкультуру. По отношению к личности и отдельным общностям они выполняют целый ряд крайне существенных функций: социализирующую (социализацию ребёнка, подростка, взрослого человека), ориентирующую (утверждение императивных общечеловеческих ценностей через специальные кодексы и этику поведения), санкционирующую (социальную регуляцию поведения и защиту определённых норм и ценностей на основе юридических и административных актов, правил и предписаний), церемониально-ситуационную (регламентацию порядка и способов взаимного поведения, передачи и обмена информацией, приветствий, обращений, регламентацию собраний, совещаний, конференций, деятельности объединений).

Второй уровень – учрежденческий. К социально-культурным институтам учрежденческого типа относится многочисленная сеть структур и организаций, прямо или косвенно задействованных в социально-культурной сфере и обладающих конкретным административным, социальным статусом и определённым общественным назначением в своей отрасли. В эту группу входят непосредственно учреждения культуры, образования, искусства, досуга, спорта (социально-культурное, досуговое обслуживание населения); промышленно-хозяйственные предприятия и организации (материально-техническое обеспечение социально-культурной сферы, административно-управленческие органы и структуры в области культуры, включая органы законодательной и исполнительной власти; научно-исследовательские и научно-методические учреждения отрасли).

Так, государственные и муниципальные (местные), региональные органы власти занимают одно из ведущих мест в структуре социально-культурных институтов. Они выступают как полномочные субъекты разработки и проведения в жизнь общегосударственной и региональной социально-культурной политики, эффективных программ социально-культурного развития отдельных республик, краёв и областей.

В широком смысле социально-культурный институт представляет собой активно действующего субъекта нормативного

или учрежденческого типа, обладающего определёнными формальными или неформальными полномочиями, конкретными ресурсами и средствами (финансовыми, материальными, кадровыми) и выполняющего в обществе соответствующую социально-культурную функцию.

Заметим, что любой социально-культурный институт следует рассматривать с двух сторон – внешней (статусной) и внутренней (содержательной). С внешней (статусной) точки зрения каждый такой институт характеризуется как субъект социально-культурной деятельности, обладающий совокупностью нормативно-правовых, кадровых, финансовых, материальных ресурсов, необходимых для выполнения функций, предназначенных ему обществом. С внутренней (содержательной) точки зрения социально-культурный институт представляет собой совокупность целесообразно ориентированных стандартных образцов деятельности, общения и поведения конкретных лиц в конкретных социально-культурных ситуациях.

Например, такой социально-культурный институт нормативного типа, как искусство, с внешней (статусной) точки зрения может быть охарактеризован как совокупность лиц, учреждений и материальных средств, осуществляющих творческий процесс по созданию художественных ценностей. В то же время по своему внутреннему (содержательному) характеру искусство представляет собой процесс творчества, обеспечивающий одну из важнейших социальных функций в обществе.

Социально-культурные институты придают деятельности людей качественную определённость, значимость, как для отдельной личности, так и для социальных, возрастных, профессиональных, этнических, конфессиональных групп, для общества в целом. Следует иметь в виду, что любой из этих институтов не только самоценный и самодостаточный субъект, а прежде всего субъект воспитания и образования человека [2, с. 3; 6, с. 37–41].

Каждый из социально-культурных институтов выполняет по преимуществу свою, наиболее характерную для него содержательную функцию, направленную на удовлетворение тех социально-культурных потребностей, ради которых он сформирован и существует.

Широкая сеть социально-культурных институтов обладает различными формами внутренней градации. Одни из них официально учреждены и организационно оформлены (система общего образования, система специального, профессионального

образования [3, с. 29–31; 7, с. 33–40], культурно-досуговые учреждения), имеют общественную значимость и выполняют свои функции в масштабах всего общества, в широком социально-культурном контексте [8, с. 45–48]. Другие не учреждаются специально, а складываются постепенно в процессе длительной совместной социально-культурной деятельности, часто составляющем целую историческую эпоху. К ним, например, относятся возникающие на групповом, локальном уровне многочисленные неформальные объединения и досуговые общности, традиционные праздники, обряды, ритуалы и другие своеобразные социально-культурные стереотипные формы. Они добровольно избираются теми или иными социально-культурными группами.

Социально-культурные институты классифицируются в зависимости от их ролевой функции по отношению к потребителям культурных благ, ценностей и услуг обширной социально-культурной продукции. В этом случае среди огромного множества социально-культурных институтов нормативного и учрежденческого типа выделяются следующие категории.

Первая группа – социально-культурные институты, преимущественно занимающиеся производством духовных ценностей. Вторая группа – социально-культурные институты, преимущественно занятые коммуникацией, трансляцией духовных ценностей, экономической, политической, культурной, социальной, научно-технической информации. Третья группа – социально-культурные институты, преимущественно проявляющие себя в организации различных видов неформальной творческой деятельности.

В теории и практике часто используются и многие другие основания для типологизации социально-культурных институтов:

- 1) по обслуживаемому контингенту населения: массовый потребитель (общедоступные), отдельные социальные группы (специализированные), дети, юношество (детско-юношеские);
- 2) по формам собственности: государственные, общественные, акционерные, частные);
- 3) по экономическому статусу: неприбыльные (некоммерческие), доходные (коммерческие или полукommerческие);
- 4) по масштабам действия и охвата аудитории: международные, национальные (федеральные), региональные, местные (локальные).

В структуру социально-культурной сферы включаются субъекты культуры, обеспечивающие массовую культурную деятельность. В социально-культурной сфере, таким образом,

функционируют: культурно-досуговая деятельность населения; социальная защита и реабилитация отдельных категорий граждан средствами культуры; межнациональные и межгосударственные культурные обмены и сотрудничество; производственная инфраструктура по созданию и обеспечению материально-технической базы отрасли.

Вполне очевидно, что каждая из этих подотраслей поддаётся своей дальнейшей градации и выделению более узких и конкретных типов организаций и видов деятельности. Эта дифференциация находит своё воплощение, как на уровне принятия законодательных документов, так и в практике руководства отраслями.

В современном процессе развития и укрепления сотрудничества многочисленных общностей и структур социально-культурной сферы можно выделить две тенденции. С одной стороны, каждый социально-культурный институт исходя из своего профиля и характера стремится максимально активизировать собственный потенциал, собственные творческие и коммерческие возможности. С другой – для этой группы субъектов вполне естественно стремление к социальному партнёрству. Усиливаются их совместные, согласованные и скоординированные действия на основе общих, совпадающих функций социально-культурной деятельности [4, с. 17–21].

Библиографический список

1. Авдеев Е. А., Бакланов И. С. Социокультурная идентификация: формирование социокультурных ориентиров личности в условиях глобализации // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история. – 2013. – № 32. – С. 26–32.
2. Белоцерковец Н. И. Формирование социальной компетентности детей 3–7 лет в условиях открытого дошкольного образовательного учреждения : дис. ... канд. пед. наук. – Карачаевск, 2002.
3. Говердовская Е. В. О стратегии развития высшего профессионального образования в поликультурном регионе // Профессиональное образование. Столица. – 2008. – № 12. – С. 29–31.
4. Гончаров В. Н. Информатизация российского образования как форма социально-культурной деятельности // Фундаментальные исследования. – 2011. – № 8–1. – С. 17–21.
5. Камалова О. Н. «Созерцание» в философско-культурологических построениях И. Ильина // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2012. – № 6. – С. 29–31.
6. Кириллова Л. С. Теоретические подходы к организации учебной деятельности будущих специалистов социальной работы // Гуманизация образования. – 2009. – № 3. – С. 37–41.

7. Лобейко Ю. А. Паритет здоровьесберегающего профессионального образования будущих педагогов в контексте антропологического подхода // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2012. – № 4. – С. 33–40.
8. Микеева О. А. Анализ парадигмальных оснований социокультурного подхода в социальном познании // Научная мысль Кавказа. – 2009. – № 1. – С. 45–48.
9. Несмеянов Е. Е. Проблема преподавания религиоведения и духовно-нравственной культуры в поликонфессиональном регионе // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2010. – № 3. – С. 94–95.

СЕМЬЯ КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

М. В. Козырева

**Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия**

Summary. The article reveals the essence of the family as a social and cultural Institute are characterized its functions, substantiates the role in the education and cultural and creative process. The authors suggest the need to intensify attention to the problems and potential family.

Keywords: family; community; children; parents; government; social and cultural institute.

Семья занимает существенное место в социальных отношениях каждого человека. История развития общества, в первую очередь, начинается с развития семьи как социального института. В классификации субъектов социально-культурной деятельности семья представлена как ведущий социально-культурный институт общества, главными функциями которого являются: социализация личности, приобщение к культурным ценностям и традициям, развитие личности в целом, воспитание подрастающего поколения, решение межнациональных конфликтов, достижения гражданского согласия и многое другое.

В современной практике существует различные типы семьи. Есть семьи полные и неполные, бездетные, многодетные, одно-, двухдетные; молодые и «патриархальные», которые включают несколько поколений. Есть неблагополучные, нездоровые, маргинальные; межнациональные, моноэтнические и другие типы семей.

Независимо от типа семейного устройства, перед этой социально-культурной ячейкой общества стоит актуальная задача – формирование и воспитание личности. Именно поэтому российское государство считает обязательным включение семьи в воспитательно-образовательную общественную систему.

К сожалению, в последние десятилетия семейно-бытовые отношения претерпевают существенные изменения, которые обусловлены социально-экономическими условиями общества. Как отмечают Т. Г. Киселёва, Ю. Д. Красильников, семья потеряла фундамент в духовном и нравственном воспитании детей [1, с. 300]. Разрушение семьи идёт постепенно и незаметно.

В начале 1930-х годов исследователь П. А. Сорокин писал о том, что число разводов в русском обществе достигло невиданного размера 89 разводов на 1000 браков [3]. Сегодня эти показатели значительно увеличились. Каждый четвёртый современный брак, согласно статистике, приводимой в средствах массовой информации, заканчивается разводом. Автор акцентировал внимание на тенденции падения нравов, ведь до революции разводов было гораздо меньше. Приблизительно с этого момента идёт процесс разрушения семьи и в русском обществе. Ослабление института семьи началось, скорее всего, ещё раньше, до революции, в светском высшем обществе. В других странах данный процесс начинался в разные периоды [2]. На протяжении некоторого времени произошла смена нескольких поколений, что позволило на основе сравнительного анализа, отметить, что уклад внутрисемейных отношений претерпел значительные перемены. И тогда стало ясно, что семью как важнейший социально-культурный институт общества надо немедленно спасать. Ведь именно такие «страшные вещи» стали происходить с каждой конкретной семьёй. Прежде чем она окончательно развалится, происходит масса небольших событий, постепенно разрушающих семью.словно множество мелких трещин появляется на красивой вазе, а потом от небольшого удара она вся рассыпается, и сберечь её бывает уже не возможно [2]. На разрушение семьи влияет множество факторов, что вызывает трудности выявления конкретной причины её распада. Поэтому, отмечает И. В. Шугаев, когда мы будем говорить о сохранении семьи, мы должны понимать что это огромная проблема, особенно для общества в целом. Ведь она имеет множество сторон, которыми надо заниматься одновременно [там же].

В последнее время наблюдается устойчивая тенденция оказания поддержки семье со стороны государственных органов власти, что проявляется не только в серьёзной финансовой поддержке, но и поднятии престижа семьи, пропаганде традиционных семейных ценностей и отношений, воспитательного и социально-культурного потенциала этого важного института общества. Те,

кто вчера с усмешкой смотрел на многодетную семью, постепенно осознаёт приоритеты подобного семейного уклада. Сегодня труд матери по воспитанию детей становится престижным и рассматривается государством, как нелёгкая профессия, которую необходимо мотивировать дополнительным финансированием и социальным признанием. Рожать детей пока ещё не модно, но, по крайней мере, не стыдно [2].

Неоценимую роль играет семья в воспитании и развитии подрастающего поколения. Семейная среда, будучи для ребёнка первой культурной нишей, многогранна. Она включает в себя предметно-пространственное, социально-поведенческое, событийное, информационное окружение. Родители в большей или меньшей степени создают среду воспитания. Продуманная воспитательная среда – это прекрасная площадка для развития чувств, мыслей, поведения. Социокультурные ценности и атмосфера в семье определяют, станет ли она воспитательной средой, пространством для саморазвития и самореализации личности. В меру своих сил и педагогических возможностей семья руководит процессом становления личности, заботясь о её здоровье, нравственном, интеллектуальном, эстетическом, трудовом развитии. Огромную роль играет семья в ходе приобщения детей к культурным ценностям. Семья включает подрастающее поколение в различные виды деятельности: познавательной предметной, коммуникативной, игровой, трудовой, учебной, досуговой. Семья, будучи первостепенной воспитательной и культуроформирующей средой, принимает на себя основной труд, обеспечивая определённый уровень развития.

Наряду с тем, что основы личности закладываются в семье, она не может стать единственным институтом жизнедеятельности человека. Все социально-культурные функции семьи усиливаются в ходе взаимодействия с субъектами социально-культурной деятельности, в частности с учреждениями культурно-досугового типа. Через многообразный спектр досуговых занятий в жизнь семьи входит высокая поэзия, музыка, яркие произведения других видов и жанров искусства и художественного творчества. Огромная работа проводится с семьёй по вопросам профилактики негативных явлений, пагубного воздействия массовой культуры, а точнее – антикультуры, ведущей к разрушению личности. В деятельности учреждений культуры немало усилий направлено непосредственно на организацию совместной досуговой деятельности детей и родителей.

Формы работы социально-культурных институтов с семьёй многообразны. К ним можно отнести: традиционные семейные праздники, семейные клубы. Индивидуальные формы постоянно обновляются новым содержанием, непосредственно основываются на интересы семьи. Огромную популярность получила организация таких традиционных форм семейного досуга в русском народном стиле: молодецкие игры, ярмарки, посиделки, кружки прикладного творчества для детей и взрослых «Умелые руки», изобразительно-го искусства, фольклорные ансамбли и оркестры народных инструментов. Решению проблемы нехватки общения родителей и детей оказывают: семейные клубы общения, подростковые клубы, библиотеки, театры, и многие другие досуговые центры семьи.

Значимость социально-культурной деятельности с семьёй подчеркивают Т. Г. Киселёва и Ю. Д. Красильников: «Ценность досуговых форм для семьи состоит в том, что в них активно включены и задействованы различные механизмы общения: семья – дети, семья – семья, дети – дети, дети – подростки – взрослые. Взаимодействие данных механизмов придаёт семейному досугу эмоциональную привлекательность, душевность и теплоту» [1, с. 306–307].

За многовековую историю человечества сложились две ветви воспитания подрастающего поколения: семейная и общественная. Сегодня уже не ведётся спор о том, какая из них важнее. Современная наука единодушна в том, что без ущерба для развития личности невозможно отказаться от семейных отношений, поскольку их сила и действенность несравнимы ни с каким, даже высококвалифицированным воспитанием. Оставаясь главным социально-культурным институтом общества, семья при всей своей универсальности и незаменимости, не обеспечивает всей полноты условий для гармоничного и всестороннего развития личности. В этой связи семья должна стать полноценным звеном всей социально-культурной системы, занимать в ней собственную нишу и продуктивно, качественно реализовать свойственные ей функции.

Библиографический список

1. Киселева Т. Г., Красильников Ю. Д. Социально-культурная деятельность : учебник. – М. : МГУКИ, 2004. – 539 с.
2. Шугаев И. В. По благословию Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла / ред. Golden-Ship.ru, 2012.
3. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki>.

СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЕЙ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАУЧНЫХ ДЕФИНИЦИЙ

Е. В. Дашкова, О. В. Некрасова
Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал), Донской государственной технической
университет, г. Шахты, Ростовская область, Россия

Summary. The article outlines the modern problems of the theory of museology, analyzed the definitions of concept «modern museum». Modern museum is regarded as an innovative active category.

Keyword: museum; museum business; museology.

Современный музей является частью культурного пространства страны, в котором происходит сохранение ценных для общества объектов истории, культуры и природы. Он представляет собой сложный и одновременно уникальный институт, который подвержен изменениям на современном этапе. Эти изменения связаны не только с практической деятельностью, но и с теоретическими аспектами. Обновление теоретического аппарата музееведения, приведение его в соответствие с реальными запросами музейного дела в быстро меняющейся социокультурной ситуации – насущная задача модернизации, происходящей в последнее время в музеях всего мира. Для системы отечественных музеев задача обновления теоретических оснований деятельности особенно актуальна.

Проблемы в теории, возникшие сегодня в музееведении, проявляются в:

- неготовности музеев формулировать концепции своего развития в новых условиях;
- низкой эффективности прикладных музееведческих исследований и разработок, не находящих опоры в фундаментальных представлениях;
- отсутствии научных предпосылок для выработки приоритетов и принципов музейной политики, не сводящихся к идее совершенствования существующих структур и манипулированию количественными показателями;
- формировании современного терминологического аппарата в сфере музейного дела [4].

Музей в современном мире допускает множественность в оценке сущностных характеристик. С одной стороны, сама необходимость существования традиционных форм музея ставится

под сомнение. В связи с этим приведём высказывание А. Уиттлин: «В целом, европейский музей является плохо отлаженным и во многих случаях не имеющим чёткой функции институтом. Этот факт явствует как из отношения к музею публики, которая, как предполагается должна получать от него пользу, так и исходя из точки зрения экспертов. Публика равнодушна к музею» [2, с. 6]. Но с другой стороны, сейчас наблюдается резкий рост интереса к музею, получивший название «музейный бум», который во многом связан с введением новых форм и принципов работы в повседневную практику музея. По данным ИКОМ, свыше 90 % музеев мира созданы менее чем полвека назад. Общемировой тенденцией является возрастание общего числа музеев, увеличивающегося каждые 5 лет на 10 % [7, с. 178]. Несмотря на все сложности, эта тенденция сохраняется и в России. Поэтому, на современном этапе, совмещение музейной теории и практики, преодоление разрыва между ними - одна из насущных задач.

Проследим генезис понятия «музей». Понятие «музей» появилось в культурном лексиконе человечества во времена Древней Греции. Музей (с греч. «museion», с лат. «museum») – храм муз. Древние греки связывали с этим словом место для занятий литературой, наукой и научного общения. В Средние века слово «музей» вышло из обихода, и лишь эпоха Возрождения наполнила его новым смыслом. Музеем стали называть коллекции памятников античной культуры и различных редкостей. Но уже в конце XVI века термин «музей» употребляют не только по отношению к собранию предметов, но и к помещению, в котором оно хранится и экспонируется.

Формирование основных дефиниций музейного дела осуществлялось с конца XIX – начала XX веков.

Ожегов определяет музей так: «Музей – (от др.-греч. «муза») – учреждение, занимающееся собиранием, хранением и выставкой чего-либо» [8]. Определение очень краткое, не отражающее специфику функционирования музея как научно-исследовательского и образовательного учреждения. Здесь особое внимание уделяется выполняемым функциям собирания и хранения, и связанным с ними аспектом. Такое определение свойственно сторонникам так называемого институционального направления в музееведении. В рамках данного направления музей рассматривается как один из институтов, предназначенных для хранения и собирания объектов. Однако если рассматривать функции, выполняемые различными собраниями музейных предметов, то

они далеко не одинаковы. Таким образом, исходя из этого понимания музея, возникает необходимость определения того, что отличает музей от других институтов, чья деятельность связана с накоплением предметов (например, архив).

Современное общество рассматривает музей как средство, способное оказать существенное влияние на развитие образования. В современном мире музей – это исторически обусловленный многофункциональный институт социальной информации, предназначенный для сохранения культурно-исторических и естественнонаучных ценностей, накопления и распространения информации. Документируя процессы и явления природы и общества, музей комплектует, хранит, исследует коллекции музейных предметов, а также использует их в научной, образовательной-воспитательной и пропагандистской целях.

Выдающиеся люди по-разному отзывались о музее как храме искусства.

Альфонс де Ламартин: «Музеи – кладбища искусства».

Эдмон Гонкур: «Картина в музее слышит больше глупостей, чем кто бы то ни было в мире».

Пабло Пикассо: «Дайте мне музей, и я заполню его».

А. В. Луначарский: «Музей – грандиозная памятная книга человечества».

Николай Фёдоров: «Музей – это учреждение, где знание неотделимо от нравственности, в нём обитает разум не только понимающий, но и чувствующий утраты, скорбящий о них, ибо музей – храм повиновения тех, кого должно и можно воскресить совокупными усилиями сынов, не забывших долга относительно отцов».

А. В. Бакушинский: «Эпохи исторического напряжения, эпохи дерзаний не нуждаются в музеях... Молодость всякой культуры безоглядна. Лишь склоняясь к закату, культура становится всеобъемлющей и обращает взоры назад. Тогда возникает стилизация, музейно-бережное отношение к осколкам былого».

В середине XX века было дано следующее определение: «Музей – научно-исследовательское, научно-просветительское учреждение, которое комплектует, хранит, изучает, выставляет, популяризирует произведения искусства, предметы истории, науки, быта, промышленности и сельского хозяйства, материалы из жизни и деятельности великих людей» [6].

В наши дни существует целый ряд определений музея, что в значительной мере объясняется многоликостью самого феномена музея.

В Большом толковом социологическом словаре терминов музеев трактуется, как «научно-исследовательское и культурно-просветительное учреждение, которое осуществляет комплектование, учёт, хранение, исследование и популяризацию памятников истории и культуры и природных объектов» [3].

В Историческом словаре мы находим следующее определение: «Музей – (греч. – храм муз) – научно-исследовательское или научно-просветительское учреждение, осуществляющее комплектование, хранение, изучение и популяризацию памятников естественной истории, материальной или духовной культуры». Так в изданиях справочного характера музеи трактуются как научно-исследовательские и культурно-просветительские учреждения. Но все эти определения идентичны.

В международной практике обычно используется определение, выработанное Международным советом музеев (ИКОМ) и включённое в его Устав в 1974 году. С учётом поправок, внесённых в последний вариант Устава в 1995 году, эта дефиниция звучит следующим образом: «Музей является постоянным некоммерческим учреждением, служащим делу общества и его развития, доступным широкой публике, занимающимся приобретением, хранением, исследованием, популяризацией и экспонированием материальных свидетельств о человеке и среде обитания в целях изучения, образования, а также для удовлетворения духовных потребностей» [9]. Данное определение наиболее точно раскрывает сущность современной музейной деятельности, но разногласия относительно обоснованности позиций, представленных в нём, ведутся специалистами различных стран мира по сей день. Многие музеееды считают, что оно поднимает не меньше вопросов, чем решает. Например, можно ли считать музеями ботанические сады и зоопарки? Они тоже обладают коллекциями, сохраняют, изучают, экспонируют и популяризуют их. Но их коллекции не вещественные музейные предметы, а живые существа. Можно ли считать музеями планетарии? Ведь они не имеют собственных коллекций. В ответах на эти вопросы мнения специалистов разнятся. Одни считают, что музеями можно называть только классические учреждения, которые основывают свою деятельность только на традиционных подходах к музейному делу и обладают историческими или художественными коллекциями. Поэтому они отвергают возможность существования зоологических и ботанических садов, планетариев и других достопримечательных мест как музеев. Другие придерживаются

более демократических взглядов в этом вопросе, и считают, что в сферу интересов музейного дела входит всё природное, культурное и социальное окружение человека. Эта точка зрения уже подтверждена практикой современного музейного дела.

В России эта дефиниция закреплена на законодательном уровне. В Федеральном законе № 54 от 26 мая 1996 года «О музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» музей определяется как «некоммерческое учреждение культуры, созданное собственником для хранения, изучения и публичного представления музейных предметов и музейных коллекций, а также для достижения иных целей, определённых настоящим Федеральным законом» [10]. Далее закон определяет, что «музеи в Российской Федерации создаются в форме учреждений для осуществления культурных, образовательных и научных функций некоммерческого характера» [10]. Основными целями создания современных музеев в Российской Федерации являются:

- осуществление просветительской, научно-исследовательской и образовательной деятельности;
- хранение музейных предметов и коллекций;
- выявление и собирание музейных предметов и музейных коллекций;
- изучение музейных предметов и музейных коллекций;
- публикация музейных предметов и музейных коллекций;
- обеспечение сохранности объектов культурного наследия и доступа к ним граждан;
- обеспечение режима содержания музейных предметов, музейных коллекций, достопримечательных мест;
- осуществление экскурсионного обслуживания, предоставление информационных услуг, а также создание условий для туристской деятельности.

Создание музеев в Российской Федерации для иных целей не допускается.

Хотя разные подходы к определению понятия «музей» существуют в теории музееведения. Например, согласно дефиниции М. Е. Каулен и Е. В. Мавлеева, приведённой в Российской музейной энциклопедии, музей – это «исторически обусловленный многофункциональный институт социальной памяти, посредством которого реализуется общественная потребность в отборе, сохранении и репрезентации специфической группы природных и культурных объектов, осознаваемых обществом как ценность,

подлежащая изъятию из среды бытования и передачи из поколения в поколение, – музейных предметов» [5, с. 395].

Растущая социальная значимость музея ставит перед этим институтом и задачу включения в музейную деятельность нематериального наследия – ритуалов, обрядов, традиций, языка, устного народного творчества, технологии ремёсел, музыки, обычаев. Необходимо сохранить музей с его институциональными особенностями, но нужно помнить, что слово «музей» происходит от слова «муза» – богиня искусства, а её матерью является Мнемозина – богиня памяти. Следовательно, музей должен хранить не только вещественные артефакты, но и нематериальное наследие людей. Решение этой задачи требует новых форм музейной деятельности, так стали появляться музейные праздники, клубы, фестивали. Музей становится «активным». В музейной среде посетитель вступает в диалог культур, круг общения личностных ценностных представлений. Зритель по-разному воспринимает музейные ценности посредством понимания, сопереживания, объяснения и созерцания. Общение с искусством не терпит суетности, важны как самоорганизация, так и организация извне. Погружение в самобытный мир музея требует определённой самоотдачи, душевных усилий, а порой преодоления стереотипов и внутренних барьеров.

Во всём мире наблюдается рост значения и престижа музеев, увеличивается их численность, возникают альтернативные формы музейных учреждений. Генеральный директор ЮНЕСКО Федерико Майер в выступлении по случаю открытия XV Генеральной конференции Международного совета музеев (ICOM; ИКОМ) в Гааге в 1990 г. заметил: «Положение музеев сродни быстро растущему подростку, одежда которого в определённый момент рвётся по швам» [1].

Так, в новаторском смысле, музей – категория «активная», здесь возможно использование анимационных средств, аудиовизуальных методов, театральных представлений. Квебекская декларация 1984 г. призвала к переходу от традиционного музея к музею активному. И в этом направлении уже многое сделано музейными практиками, работы которых свидетельствуют об интересных формах работы в музейной среде, например, народных праздниках, играх, традициях наставничества, благотворительности и т. д. Но при этом важно учитывать, что музей – научное учреждение, и всё, что он представляет в программах и проектах, должно быть научно выверено. Музеолог с мировым именем К. Хадсон подчёркивает, что «заслуга создателя первого такого музея (музей под открытым небом Скансен (Стокгольм))

заключается в том, что он раньше других осознал значение серьезного научного изучения народной жизни во всех её проявлениях» [11, с. 8]. Таким образом, развитие и роль культуры в современном мире сделали музей социально активной институцией, хранящей и популяризирующей культурное наследие народов, требующее бережного отношения к ней. Так как «устойчивое развитие цивилизации обеспечивается балансом материальных и духовных ценностей» [12, с. 258].

Поэтому в наше время – в период активизации социальной роли музеев, зарубежный и отечественный опыт свидетельствует о том, что современные музеи становятся культурными, научными, образовательными и даже досуговыми центрами для самой широкой аудитории.

Приведённые выше определения свидетельствуют о том, что современный музей – это очень сложный феномен, и дать ему исчерпывающее определение нелегко.

Библиографический список

1. Альмеев Р. В. Музеи как фактор культурного и экономического развития // Социально-культурные перспективы развития современных музеев : сб. науч. трудов АН Республики Узбекистан, Института истории. – Т. : Издательско-полиграфический творческий дом им. Г. Гуляма, 2007. – 224 с.
2. Беззубова О. В. Некоторые аспекты теоретического осмысления музея как феномена культуры. Триумф музея? : сб. науч. трудов. – СПб. : Осинов, 2010. – 462 с.
3. Большой толковый социологический словарь терминов. URL: <http://www.onlinedics.ru/slovar/soc.html> (дата обращения: 1.03.14).
4. Дашкова Е. В. Музееведение / Е. В. Дашкова, Е. Б. Ивушкина. – Шахты : ГОУ ВПО «ЮРГУЭС», 2009. – 197 с.
5. Каулен М. Е. Музей / М. Е. Каулен, Е. В. Мавлеева // Российская музейная энциклопедия : в 2 т. – Т. 1. – М. : «Прогресс»; «РИПОЛ КЛАССИК», 2001. – 416 с.
6. Лаптева М. А. Музей как социальный институт (социально-философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Красноярск : Сиб. гос. аэрокосм. ун-т им. ак. М. В. Решетнева, 2006. – 24 с.
7. Музейное дело в России / под ред. М. Е. Каулен, И. М. Косовой, А. А. Сундиевой. – М. : ИКАР, 2010. – 676 с.
8. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Аз, 1996. – 928 с.
9. Устав Международного Совета музеев (ИКОМ) // Официальный сайт общероссийской общественной организации «Российский комитет Международного Совета музеев». URL: <http://www.icom.org.ru> (дата обращения: 04.04.2014).
10. Федеральный закон № 54 «О музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» от 26.05.1996 // Информационно-

правовой портал «Гарант». URL: <http://www.base.garant.ru/123168/> (дата обращения: 12.04.14).

11. Хадсон К. Общественное качество музея // Вестник Ассоциации «Открытый музей». – 2008. – № 2–3.
12. Хейзинга Й. В тени завтрашнего дня / пер. с нидерландского доцента В. В. Ошиса; под общ. ред. д. ф. н. Г. М. Тавризяна. – М.: издательская группа «Прогресс»; «Прогресс-Академия», 1992. – 464 с.

ОЦЕНКА МУЗЕЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК КЛЮЧ К ФУНКЦИОНИРОВАНИЮ УЧРЕЖДЕНИЯ

А. И. Литвинова
Российский государственный
профессионально-педагогический университет,
г. Екатеринбург, Свердловская область, Россия

Summary. This article opens value of strategic planning in modern museum activity which can't occur without regular assessment of the done work. Monitoring has to be based on system of indicators of the efficiency which development is interfaced to a number of difficulties.

Keywords: museum; assessment of activity; efficiency; efficiency indicators; social effect.

В современном мире рынок культурных услуг обширен и многообразен. Существует множество организаций, предоставляющих культурные услуги, среди которых особую роль играет музей.

Согласно «Словарю актуальных музейных терминов» музей – это «культурная форма, исторически выработанная человечеством для сохранения, актуализации и трансляции последующим поколениям наиболее ценной части культурного и природного наследия» [6, с. 47]. В научных работах также широко используется определение из Устава Международного совета музеев, в котором музей характеризуется как «постоянное некоммерческое учреждение, призванное служить обществу и способствовать его развитию, доступное мировой публике, занимающееся приобретением, хранением, исследованием, популяризацией и экспонированием материальных свидетельств о человеке и его среде обитания в целях изучения, образования, а также удовлетворения духовных потребностей» [8, с. 3].

Из представленных выше определений формируются следующие функции музея:

Функция сохранения ценностей, документирования предполагает отражение в музейном собрании посредством музейных

предметов, объективных процессов и явлений в природе и обществе. Функция отвечает общественным потребностям экономического, научного, культурного характера в научном комплектовании, сохранении, изучении музейных собраний.

Функция образования и воспитания обусловлена информативными свойствами музейных предметов, познавательными и культурными запросами общества. «Музеи сегодня занимают одно из ведущих мест на рынке образовательных услуг. В современном мире музей как социальный институт приобретает новое место и значение, он становится активным элементом общественной жизни» [9].

Рекреационная функция, «функция организации свободного времени, отвечающая общественной потребности в культурных формах досуга и эмоциональной разрядки» [5, с. 47].

Основной *социокультурной функцией* является коммуникация – процесс общения, передачи информации, значений, смыслов, происходящих в музее» [4].

Другими словами деятельность музеев направлена на передачу исторической памяти, удовлетворения образовательных и духовных потребностей посредством сохранения, изучения и демонстрации культурных, культурно-исторических и природных ценностей. Музей «влияет на изменение современной интеллектуальной, духовной, художественной жизни. Он ориентирован на совершенствование социокультурной реальности, художественной культуры, воспитания разновозрастной аудитории» [9].

Изначально музей возник в эпоху Просвещения из собрания научных коллекций, созданных исключительно в образовательных целях для узкого круга людей. В XVIII веке в связи с позитивистской парадигмой просвещения населения музей постепенно трансформировался в публичное экспозиционное пространство. Параллельно с этим развивалась выставочная культура, произошло становление института художественных выставок. Следующим витком в истории было возникновение музеев при образовательных учреждениях высшего звена. Изначально музейные коллекции использовались только в преподавании естественной истории, затем круг областей расширился.

Говоря о музейных образованиях в России, нужно уделить внимание советскому периоду. Все учреждения культуры при директивно-плановой политике полностью финансировались государством, выполняли правительственные планы. Советские музеи были ориентированы на научно-исследовательскую деятельность, работа с посетителями имела вторичный характер.

С приходом рыночных условий в российскую экономику деятельность музеев претерпела серьёзные изменения в следующих положениях:

Финансирование. Государство перешло на частичное финансирование учреждений культуры, заставив музеи искать дополнительные финансовые источники и способы заработка (помощь и поддержка спонсоров и партнёров, выручка от платных услуг).

Планирование деятельности. При директивно-плановой экономике музеи выполняли программу государства, специалисты музеев не принимали участие в планировании деятельности. Сейчас музеи, руководствуясь стратегическими и целевыми программами, модельными стандартами, занимаются планированием самостоятельно.

Работа с посетителем превратилась в приоритетное направление. «Ориентир на конкретного посетителя стал составной частью стратегии музеев, причём в расчёт берутся такие факторы, как социальные ориентации, общественное мнение и социальные ценности» [2]. Теперь музею необходимо «учитывать интересы различных групп посетителей, «отдыхающих» и посещающих музей с образовательной целью, отечественных и иностранных туристов, профессионалов» [7, с. 13].

Произошли изменения и в посетителе, который теперь «ориентирован не столько на получение констатирующей информации просветительского характера, сколько на получение удовольствия» [10; 15]. Кроме того, посетитель хочет быть не только созерцателем и слушателем, но и активным участником процесса. Поэтому музеи переходят от концепции созерцания к концепции участия. В связи с этим «повышается эффективность музея, т. к. посетитель, вовлечённый в процесс, лучше его понимает и запоминает» [7, с. 15].

Концепция участия подразумевает *расширение форматов взаимодействия с посетителем*. «Согласно новым представлениям, задачи музея не должны сводиться к передаче суммы знаний о явлениях, процессах, фактах и музейных предметах. Обращение к внутреннему миру музейного посетителя, воздействуя на его чувственно-эмоциональную сферу, погружение его в историческую среду, включение его воображения и ассоциативного восприятия – такими стали приоритеты новой концепции культурно-образовательной деятельности музеев» [11, с. 467]. Возникают новые элементы в музейной деятельности: костюмированные персонажи, применение ролевых и обучающих игр, представление ритуалов, музыкальное, звуковое и сенсорное сопровождение. «Музейная экспозиция всё чаще строится по драматургическим законам, на

основе концептуального подхода или сценария, необходимого не только для научной презентации музейных предметов, но и для создания целостного художественного образа» [10, с. 14].

Наблюдается *выход музея за рамки своей территории* посредством активного использования Интернет-пространства (оцифровка произведений искусств, распространение реплик и репродукций музейных экспонатов, размещение афиш, общение с посетителем через сайт и т. д.). Также происходит расширение музейного пространства с помощью перформансов, арт-акций, театральных спектаклей на близлежащей территории музея.

«На рубеже XXI в. музеи стали более активными агентами общественных процессов, возросла их роль как учреждения образования и развлечения» [7, с. 9]. Эпоха глобализации «для музеев означает острейшую конкурентную борьбу не только друг с другом, но и с быстро развивающейся индустрией развлечений» [7, с. 8]. Данная ситуация заставляет организации использовать современные технологии менеджмента и маркетинга в своей деятельности.

«Стратегическое планирование направлено на определение целей организации в условиях будущих изменений внешней среды с горизонтом прогноза от пяти до пятнадцати лет и того, что в реальном масштабе времени должны делать сотрудники, чтобы этих целей достичь» [3]. Разработка стратегического плана должна опираться на следующие элементы:

- определение миссии, целей и задач организации;
- анализ внешней среды с точки зрения открывающихся возможностей и существующих опасностей для развития музея;
- анализ внутреннего положения организации, её сильных и слабых сторон;
- определение общего направления развития и разработки стратегии, соответствующей установленным целям музея;
- уточнение потребности в финансовых ресурсах и экономических показателей;
- механизм мониторинга и оценки эффективности работы музея [3].

Миссия музея выражает смысл его существования и указывает направление и ориентиры для определения целей и задач всего музея и его подразделений. Правильное определение и формулировка миссии является базисом грамотно выстроенных целей и задач, которые должны обладать следующими характеристиками:

- конкретность;
- измеримость;

- достижимость;
- реалистичность / релевантность;
- определённость во времени.

Перед стратегическим планированием часто используют SWOT- и PEST-анализы. SWOT-анализ позволяет выявить факторы внутренней и внешней среды организации, разделив их на четыре категории: сильные и слабые стороны организации, угрозы и возможности внешней среды (см. табл. 1). «Главной целью SWOT-анализа является совершенствование деятельности музея путём устранения слабостей и укрепления сильных его сторон» [3]. PEST-анализ предназначен для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, влияющих на деятельность организации (см. табл. 2).

Таблица 1

Таблица для SWOT-анализа

	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Внутренняя среда	(Strengths) Сильные стороны	(Weaknesses) Слабые стороны
Внешняя среда	(Opportunities) возможности	(Threats) угрозы

Таблица 2

Таблица для PEST-анализа

Политические факторы	Экономические факторы
Социальные факторы	Технологические факторы

«Экономический раздел стратегического плана может включать самые разные показатели и инструменты. Он не унифицирован и не сводится к какому-то единому стандарту, но, как правило, содержит краткую характеристику текущей финансово-экономической ситуации, а также финансовые расчёты и выкладки на планируемый период» [3].

Реализация стратегической программы должна проходить под неустанным контролем посредством непрерывного анализа ситуации по «задачам-показателям». Мониторинг деятельности музея на всех стадиях выполнения плана позволяет вовремя установить проблемы и корректировать последующую деятельность. «Хорошо разработанная система показателей позволяет обеспечивать осуществление мониторинга и получить целостную

картину хода реализации стратегического плана. Эффективность выполнения плана можно определить как отношение чистых положительных результатов (превышение желательных последствий над нежелательными) и допустимых затрат» [3].

В сфере культуры существуют два эффекта – экономический и социальный, из которых, как правило, преобладает последний. Основным показателем экономического эффекта является прибыль организации, которая в некоммерческой социальной сфере проявляется достаточно редко.

Сложнее обстоит ситуация с определением сущности социального эффекта, отражающего на производственном предприятии обеспечение рабочими местами и уровень безопасности при работе. В сфере культуры социальный эффект отражает степень удовлетворения соответствующих сфере потребностей и повышения общего уровня жизни населения. Социальный эффект имеет тесную связь с миссией, целями и задачами музея. Как правило, социальный эффект тяжело поддаётся оценке, это сопряжено с преобладанием в нём качественных характеристик.

Данная сложность напрямую связана со специфичностью музейных услуг. Основной музейный продукт неотделим от источника или места оказания услуги; оказание основных музейных услуг происходит при личном контакте посетителя и производителя услуг (экскурсоводов, лекторов и т. д.). Кроме того, музейное пространство вносит ограниченность аудитории, определяемую, например, количеством мест, вместимостью выставочного зала и т. д.

Удовлетворённость музейными услугами населения строится из качества услуг для посетителя и стремления к наибольшему охвату населения музейными услугами. Это порождает активное использование маркетинга, который показывает себя «исключительно эффективным инструментом управления в ситуации, когда выживание в решающей степени зависит от потребителя, имеющего выбор на конкурентном рынке» [1, с. 241].

«Эффективность музейного маркетинга определяется не через прибыль, как в случае с коммерческими предприятиями, а исходя из миссии музея. Причём миссия формируется на основе возможностей и ограничений, определяемых имеющимися у музея ресурсами (коллекция, персонал, здание, репертуар, финансы), под воздействием как легально зафиксированных в Уставе целей, так и государственной политики, а также мнения попечительских советов и руководства музея» [7, с. 10].

В музеях должна проводиться регулярная оценка деятельности, которая позволяет отслеживать динамику достижения целей

и задач, вносить коррективы в деятельность с учётом получаемых данных. Система мониторинга музейной эффективности должна строиться на сбалансированной системе показателей экономического и социального порядка. И поскольку социальный эффект измеряется главным образом через уровень удовлетворённости населения оказываемыми услугами, все аспекты деятельности музея должны быть оценены посетителями.

Библиографический список

1. MCLearn F. Marketing the Museum. – London, 1997. – 476 p.
2. Акулич Е. М. Социальная миссия музея. URL: www.ikz.ru/culture/tobolsk/article1.htm.
3. Востряков Л. Е. Современный музейный менеджмент. URL: www.dvinaland.ru/culture/site/Publications/ЕоС/ЕоС2004-3/01.pdf.
4. Комлев Ю. Э. Методология исследования управления музейными коммуникациями. URL: teoria-practica.ru/-5-2011/culture/komlev.pdf.
5. Равикович Д. А. Социальные функции и типология музеев // Музееведение. Вопросы теории и методики. – М., 1987. – 438 с.
6. Словарь актуальных музейных терминов. – М. : Музей, 2009. – № 5. – 68 с.
7. Соболева Е. С., Эпштейн М. З. Эволюция концепции музеев в меняющемся мире // Вопросы музеологии. – 2011. – № 1(3). – С. 8–19.
8. Устав Международного совета музеев (ИКОМ). – 1974. – 34 с.
9. Шабанова А. А. Культурно-образовательная деятельность музеев: понятие и формы (на примере Белгородского государственного художественного музея). URL: www.econf.rae.ru/pdf/2011/03/93.pdf.
10. Шляхтина Л. М. Современный музей: идеи и реалии // Вопросы музеологии. – 2011. – № 2(4). – С. 14–18.
11. Юренева Т. Ю. Музееведение : учебник для высш. школы. – М. : Академический проект, 2004. – 492 с.

ИНТЕГРАЦИЯ БИБЛИОТЕК, МУЗЕЕВ, АРХИВОВ В СОВРЕМЕННОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО

С. А. Шемаев

**Харьковская государственная академия культуры,
г. Харьков, Украина**

Summary. The results of analysis of web sites of libraries, archives, museums of Ukraine are presented. Arguments in behalf on creation of joint regional portals are determined.

Keywords: library; archive; museum; co-operation; information space.

На сегодняшний день среди библиотек, архивов и музеев стоит задача формирования единого информационного и культурного пространства. Увеличивается представительство украинских

библиотек, музеев и архивов в электронном пространстве социальных коммуникаций. Однако их сайты и информационные системы являются неоднородными и отличаются разными условиями сопровождения и доступа к источникам информации, музейным экспонатам, архивным документам. В целом, библиотечные сайты имеют большую информативность. Это проявляется в представлении широкого спектра информационных ресурсов и услуг: библиотечные электронные каталоги, базы данных, репозитории, цифровые коллекции, виртуальные справки и др.

Следует отметить, что библиотечные и музейные сайты начинают предлагать пользователям такие формы коммуникации, как веб-форумы, блоги. Проведённый анализ свидетельствует, что форумы как место встречи и общения на библиотечных и музейных сайтах явление всё ещё редкое и составляет 7%. Среди них выделяются форумы на сайтах Днепропетровского национального исторического музея, Херсонского и Ровенского областных краеведческих музеев.

Развивается представительство библиотек, музеев и архивов Украины в социальных сетях: facebook – 45%, twitter – 38%, youtube – 64%. Это способствует расширению их доступности для широких слоёв населения и увеличению их влияния в обществе.

Современные культурные институты ведут совместную деятельность в области популяризации, экспонирования и публикаций своих материалов в электронном пространстве. Однако немногие из них размещают на сайтах информацию о своих партнёрах: среди музеев – 14%, среди библиотек – 20%, среди архивов – 4%. Несомненно, партнёрство – это одно из средств решения вопросов, связанных с развитием. Анализ сайтов показал, что значительное количество библиотек, музеев и архивов относят к партнёрам родственные учреждения в том числе, только 2% музеев сообщает о сотрудничестве с библиотеками и 3% – с архивами. Библиотеки включают в информационный блок о партнёрстве, прежде всего, общественные национальные, международные и зарубежные учреждения.

Тем не менее, полученные данные в результате анализа свидетельствуют о том, что проходит процесс их постепенного сближения и понимания необходимости взаимодействия. В Украине совместными усилиями областных универсальных библиотек, областных краеведческих музеев и государственных архивов Волынской, Житомирской, Ровненской, Тернопольской, Хмельницкой областей создаётся краеведческий портал «Историческая Волянь» [2].

Создание совместного портала музеев, архивов и библиотек на региональном уровне позволяет решить целый ряд существующих проблем в деле формирования единого информационно-культурного пространства. Среди них: одновременно привлечь к формированию контента большое количество заведений и организаций; объединить в единую базу коллекции разных учреждений; ускорить включение новых информационных ресурсов; обеспечить одновременный доступ к интегрированным коллекциям, раскрывающим культурное наследие региона; активизировать коммуникацию между разными учреждениями; провести сбор статистических данных и их сравнительный анализ с целью улучшения работы каждого отдельно взятого электронного ресурса; расширить возможности для проведения совместных научных и массовых мероприятий; решать совместно сложные вопросы по формированию единого информационного пространства.

Таким образом, создание региональных порталов библиотек, архивов, музеев будет способствовать развёртыванию взаимодействия между указанными учреждениями в рамках коммуникационного пространства Украины.

Кроме этого, усиление взаимодействия на региональном уровне позволит развернуть сотрудничество в национальном масштабе.

Следует отметить, что уже общими усилиями начато создание электронной библиотеки «Культура Украины» [1]. Её формирование осуществляется в рамках Концепции Государственной целевой национально-культурной программы «Библиотека – XXI», основной целью которой определено повышение эффективности использования, обеспечения доступности культурного наследия, сохраняемого в библиотечных, архивных и музейных фондах [3].

В то же время развитие взаимодействия требует учёта особенностей деятельности каждого из учреждений, формирование у них понимания взаимной полезности. Установление постоянных и временных связей и взаимосвязей на одном или на разных уровнях развития компонентов системы создаёт условия для перехода на более высокий уровень её организации, что требует планомерной, целенаправленной координации и кооперации между рассматриваемыми учреждениями.

Библиографический список

1. Електронна бібліотека «Культура України» [Електронний ресурс]. URL: <http://elib.nplu.org>.
2. Консорціум «Історична Волинь» [Електронний ресурс]. URL: <http://istvolyn.info>.

3. Концепція Державної цільової національно-культурної програми створення єдиної інформаційної бібліотечної системи «Бібліотека – XXI» / Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 грудня 2009 р. № 1579-р // Офіційний вісник України. – 2009. – № 101. – С. 216–218.

МОДЕЛЬНЫЕ ДОМА КУЛЬТУРЫ КАК СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ИННОВАТИКИ

Н. Н. Калашникова, В. А. Мешков
Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия

Summary. In article the innovative technologies applied by cultural institutions of the Belgorod region are considered. The special attention is paid to creation of Model Recreation centers and welfare clusters in the region.

Keywords: innovations; innovative activity; innovative technologies; cultural innovations; Model Recreation centers; innovative forms; material base of branch.

В современном обществе инновационные технологии рассматриваются как своеобразный ресурс социально-культурного развития территории. При этом необходимо учитывать специфику региона, которая определяется многими факторами: культурным потенциалом, уровнем профессионального и самодеятельного искусства, доминирующими интересами и проблемами различных социальных групп, бюджетом свободного времени, готовностью населения к личному участию в различных формах социокультурной деятельности.

Провоцируемые инновациями изменения в системе общественных связей и производстве отдельных структур общества, а также вызываемый инновациями резонанс в социально-культурной сфере требуют теоретического осмысления и свидетельствуют об открытости инновационной проблематики.

Культурные инновации – такие явления культуры, которых не было на предыдущей стадии развития культуры этноса, но которые появились на данной стадии, нашли себе место в общей совокупности культуры и искусства. Инновации могут появляться либо в результате внутренних процессов развития культуры как изобретения и нововведения (культурные мутации), либо могут быть связаны с внешними воздействиями. В последнем случае следует различать две формы инновации – заимствование и стимулированную культурную трансформацию [7].

К одной из форм инновации можно отнести Модельные дома культуры Белгородской области, прототипом которых стали Модельные библиотеки.

Модельные дома культуры созданы в целях внедрения новых технологий и форм работы, максимального охвата населения культурно-досуговой деятельностью и творчеством. Модельный дом культуры мы рассматриваем как эталон клубного учреждения, образец деятельности по организации неформального общения людей, предлагающий населению услуги высокого потребительского качества. Модельный дом культуры располагает улучшенными условиями для развития духовных и творческих способностей личности, организации здорового досуга людей, сохранения народных культурных традиций.

Всего в Белгородской области 116 Модельных домов культуры. Доля модельных домов культуры от общего числа культурно-досуговых учреждений на 01.01.2012 года составляла 13,4 %, что на 2,7% выше запланированного, а на 01.01.2013 года – 15,7%, что на 4 % выше ожидаемого конечного результата.

Большинство модельных культурно-досуговых учреждений создано на базе сельских домов культуры, их насчитывается 92. Модельных домов культуры, расположенных в посёлках городского типа, – 6. Из 19 районных культурно-досуговых учреждений модельными являются 16. Среди городских культурно-досуговых учреждений статус «Модельный» имеют 2 учреждения: МАУК «Алексеевский ДК «Солнечный» и Шебекинское МБУ «Модельный Дворец культуры».

Ежегодно в каждом районе области создаётся один Модельный дом культуры. Согласно Стандарту, принятому Правительством Белгородской области 29 декабря 2006 года, каждому району выделяется 1 млн 200 тыс. рублей на оснащение одного Модельного дома культуры. Стандартом утверждены основные положения, цели и задачи Модельного дома культуры, основные требования к планированию работы, финансированию и другие параметры функционирования данных учреждений. Штатное расписание должностей творческих работников Модельного дома культуры увеличено. Например, в Модельном РДК добавились такие должности, как менеджер социокультурной деятельности, руководитель фольклорного коллектива, организатор детского досуга, распорядитель танцевальных программ, видеооператор и другие.

Модельный дом культуры располагает современным спецоборудованием, техническими средствами, музыкальными инструментами, необходимым фондом звукозаписей, видеофильмов, методических пособий, сценарных материалов, подписных периодических профессиональных изданий.

Специалисты Модельного дома культуры ведут картотеку демографического состава населения, сведений о жителях особых

групп: молодых семьях, семьях-юбилярах, многодетных и неполных семьях, детях из неблагополучных и многодетных семей, инвалидах, ветеранах войны и труда и др.

Модельный дом культуры проводит культурно-досуговые мероприятия, адресованные различным группам населения, имеет творческие коллективы по основным жанрам любительского художественного творчества. В их числе не менее пяти имеют звание «Народный» – для Модельного дома культуры районного уровня, не менее 2–3-х – для сельского.

Услуги, предоставляемые Модельным домом культуры, должны отвечать следующим характеристикам: соответствие спросу населения; социальная значимость; актуальность и качество; информативность и содержательность; использование современных методов и форм работы; высокий художественный уровень; эмоциональное воздействие; влияние на создание культурной среды в населённом пункте.

Модельные учреждения клубного типа действуют в Белгородской области уже несколько лет. Неслучайно организаторы I Всероссийской школы клубной инноватики, представители 18 регионов ЦФО, ознакомились с инновационным опытом создания Модельных домов культуры в Белгородской области.

Конечно, много проблем сегодня приходится решать специалистам, работающим в Модельных домах культуры. Но главная задача: создание улучшенных условий для всестороннего развития личности, максимального охвата всех слоёв населения творчеством, внедрение новых технологий в культурно-досуговую деятельность, повышение качества культурных услуг, их социальной значимости и влияния на создание культурной среды в населённых пунктах.

9 сентября 2013 года в Белгородском государственном центре народного творчества открылась II Всероссийская школа клубной инноватики. Одним из главных был вопрос о проектировании социально-культурных кластеров в муниципальных образованиях, а также брендинг территорий.

Таким образом, в двадцати двух муниципальных районах и городских округах области разработали бренды территорий – так называемые культурные бренды, которые способны поднять инвестиционную и туристическую привлекательность городов и сёл. Работники культуры возрождают историю сёл своих районов, изучают великие дела своих предков, ищут изюминку в каждой деревне – то, что могло бы стать отличительной особенностью, брендом, частью так называемой стратегии территории.

Библиографический список

1. Белецкая Е. А., Товолжанская Н. В. Формирование культуры семейных отношений в учреждениях социокультурной сферы Белгородской области // *Общественные науки*. – М., 2012. – № 2. – С. 122–131.
2. Инновации в клубной сфере Белгородчины // *Дом культуры*. – 2012. – № 9. – С. 14–16.
3. Киселева Т. Г., Красильников Ю. Д. Социально-культурная деятельность : учебник. – М. : МГУКИ, 2004. – С. 406, 492.
4. Колядина Ю. М., Белецкая Е. А. Сельская среда как фактор формирования нравственно-эстетической культуры подростков в современных условиях // *Сборник конференции НИЦ «Социосфера»*. – Прага, 2013. – № 25. – С. 70–72.
5. Методические рекомендации по созданию Модельных домов культуры. Белгородский государственный центр народного творчества. – Белгород, 2009. – С. 3.
6. Мирошниченко Е. В., Белецкая Е. А. Деятельность библиотеки по организации досуга населения: терминологический аспект // *Библиосфера*. – 2012. – № 2. – С. 62–67.
7. Модельный Дом культуры – инновационный ресурс социально-экономического развития территории : материалы Международной научно-практической конференции, 17–19 сентября 2011 года). – Белгород : Белгор. обл. тип., 2011. – С. 12–18, 21.
8. О мерах по развитию инновационной деятельности на предприятиях Белгородской области : Распоряжение от 31.03.2004 года № 668 // *Справочная правовая система «Консультант Плюс»*. Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион. вып. Белгородская область».

ОБРЯДОВАЯ КУЛЬТУРА БЕЛГОРОДЧИНЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Т. Б. Хименец, Н. А. Наумова

Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия

Summary. Folk art culture as a link between the past and the modern samples manifestations of culture enjoys the trust of the society intact. Developing personality, forming identity in today's students need to go to folk art culture. The article examines the impact on the formation of identity of such factors as: the natural environment, society, culture samples symbolic, symbols, rituals, actions, media.

Keywords. Ceremonial culture; the spiritual world; ritual; tradition; festive culture.

Обрядовая культура является одной из важных составляющих компонентов традиционной русской культуры и средств формирования личностных качеств человека, его духовного мира.

Традиционные русские обряды являются могущественным средством национального воспитания и сплочения народа в одно духовное целое. Обряд объединяет народ не только географически, но и исторически, образуя духовную связь, исходящую вглубь веков.

Народные традиции, обряды складывались веками, передавались из поколения в поколение как пример народного творчества, высокой моральной чистоты и целомудрия, образуя духовную связь времён. В связи с появлением наносных ценностей в культуре возникла необходимость изучения, сохранения и оптимизации по внедрению традиционной обрядовой культуры.

Русский философ и богослов, учёный и священник П. А. Флоренский, считал, что достижения науки не могут формировать душу человека, что накопленные знания ещё не создают богатый духовный мир личности. П. А. Флоренский писал, что самое страшное для человека – бездуховность. В центре спасения мира от бездуховности стоит человек. Человек ответственен не только перед собой, но и перед тем будущим, частью которого он является [6].

«Дух – это то, в чём запечатлён образ и подобие Божие, то, что есть только у человека. Это начало творческое, начало мыслящее, самосознающее... Дух – это творчество, совесть, сознание» – говорил Отец Александр Мень в своих проповедях. Может, именно, творчество, совесть, сознание необходимо для процесса возрождения России в политическом, социально-экономическом, культурном отношении [3].

Белгородская область широко известна не только бережным отношением к традициям народной культуры, но и начинаниями по использованию этих традиций в современном образовательном процессе в различных типах учебных заведений.

Так, студенты Белгородского института искусств и культуры кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников ежегодно разрабатывают творческие проекты по сохранению и внедрению традиционных народных праздников годового цикла в среду детей и молодёжи. Студенты осуществляют постановку народных праздников в условиях городского ландшафта, таких как «Спасовки», «Рождество», «Масленица», «Пасхальная радость».

Знание народной праздничной культуры с традициями и обрядами, умение использовать её богатства способствуют развитию и преемственности национальных традиций, решению

задач идейно-политического, трудового, нравственного и эстетического воспитания общества, особенно молодёжи.

Работа по собиранию и осмыслению традиционной, обрядовой культуры Белгородчины в наши дни продолжается как среди молодых учёных, так и фольклористов, аспирантов и студентов БГИИК, практиков (сценаристов, режиссёров) – непосредственных организаторов обрядности.

Стоит обратить внимание на один очень важный момент: принцип накапливания духовных ценностей. Это уважение опыта предков и максимальное его использование. Таким образом, общество будет развиваться по принципу накапливания.

Всё новое возникло на основе развития старого и привлечения в него заимствованных элементов других культур, но ни в коей мере не отбрасывало старое. Это особенно актуально для сознания молодого поколения. Народная мудрость живёт в традициях, обрядах, и нашим современникам не следует об этом забывать.

Необходимо переосмыслить проблему сохранения и внедрения народных обрядов, связать с современностью. Безусловно, невозможно повернуть время вспять и возродить к жизни, в силу многих обстоятельств, те естественные формы обрядовой культуры, сформированные на протяжении многих столетий. Ибо «...любые попытки возрождения народных традиций, обрядов, без восстановления исторической среды их обитания обречены на провал. Вне данной среды любая традиция, обряд будет существовать в виде экзотики, которую можно посмотреть, послушать, но не воспринимать как часть собственного национального самоощущения» [4].

Только в атмосфере высокой гуманитарной культуры, широкой гуманизации образования, будет происходить освоение богатств народной обрядовой культуры, которая сможет воспитать личность, стремящуюся к самоактуализации и обладающую чувством социальной ответственности, умеющую использовать, ценить духовные и материальные богатства общества, способствующую восстановлению и обогащению его духовности.

Работники учреждений культуры Белгородской области делают всё возможное, чтобы современники открывали для себя и полюбили свою русскую культуру, как любил её и понимал древний народ. В ней высочайшая нравственность и глубокая народная мудрость. И как справедливо подметил А. С. Каргин: «Через народную традиционную культуру происходило открытие национально-этнического своеобразия русской нации» [1].

Библиографический список

1. Белецкая Е. А., Яковлева Л. В. Воздействие народной художественной культуры на самосознание личности // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2012. – № 40–3. – С. 101–106.
2. Жиров М. С. Народная художественная культура Белгородчины. – Белгород : БелГИК, 2002. – 265 с.
3. Мень А. Православное Богослужение. Таинство, слово и образ. – М. : СП «Слово», 1991. – С. 102.
4. Модестов Ф. Э. К проблеме возрождения народной культуры : материалы «круглого стола». – М., 1997. – С. 17.
5. Тюнина И. С., Хименец Т. Б. Обрядовая культура как одно из средств воспитания личности // Студенческий научный форум : матер. V Международной студенческой электронной научной конференции, 15 февраля – 31 марта 2013 года. URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/117/4537>.
6. Флоренский П. А. Культ, религия и культура : богословские труды. – М., 1976. – Т. 7. – С. 278.

II. SOCIOCULTURAL DEVELOPMENT: NATIONAL, POLITICAL AND INFORMATIONAL ASPECTS

НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕНТАЛИТЕТ В СТРУКТУРЕ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

П. Курбанмамадов
Национальный университет Узбекистана
имени Мирзо Улугбека, г. Ташкент, Узбекистан

Summary. This article deals with the national mentality and its role in the structure of aesthetic culture.

Keywords: national mentality; culture; aesthetics; the formation of personality; looks thinkers.

Национальный менталитет – сложный и неоднозначный феномен, казалось бы, всем известный и, тем не менее, ещё малоизученный. В научной литературе сложилась традиция определять национальный менталитет через понятие «национальная психология». Национальный менталитет по своему характеру, содержанию, уровню, степени проявления отличается от повседневного проявления психического склада нации. Ментальная ориентация нации (особенно крупных – Китай, США, Япония) хотя и не профессиональна, но несёт на себе печать общей культуры мышления.

Менталитет нации может существовать не только в виде стихийно складывающихся и систематически научно неформализованных представлений, но и в виде осознанных и порою доходящие до уровня социальных, политических, религиозных доктрин. Примером такого рода концепций могут служить, в частности, менталитет японцев, которые, и сами того порой не осознавая, ведут себя согласно дзен-буддизму. Дзен-буддизм вошёл в менталитет японцев до такой степени, что стал определять психический склад нации, привычки и чувства японского народа. Исследователи японского менталитета В. А. Проников и И. Д. Ладанов пишут, что «идеи дзен так глубоко вошли в привычки и чувства японского народа, что присутствие их не осознаётся, а принимается как само собой разумеющиеся» [1, с. 145]. Аналогичное явление можно наблюдать и в менталитете китайцев.

Освоенные менталитетом продукты профессионального мышления в сочетании с психическим складом, стихийно возникающим на уровне обыденного сознания, составляют основу ментальной ориентации ряда народов мира. В таких случаях менталитет выступает как неосознаваемое, неоформленное, художественно-образное и философско-бессознательное мировоззрение, убеждение нации. Национальный менталитет выступает как неотъемлемый фактор формирования уклада жизни, высокого экономического развития, самоидентификации нации. Высокий уровень рациональности в том или ином национальном менталитете позволил известному философу, социологу М. Веберу (1864–1920) сделать теоретический вывод о том, что в менталитете народов Европы и Америки рационализм превалирует над чувственностью, индивидуализм берёт верх над коллективностью, разум над верой, здравый смысл над смутным чувством [2, с. 120]. Вопрос о рациональности в менталитете невозможно правильно понять без уяснения того, как в обыденном сознании, в повседневной жизни складываются конкретные типы рациональности и критерии рационального отношения к действительности.

В этом плане национальный менталитет по содержанию и характеру тесно соприкасается с такими понятиями, как культура, народная мудрость, психология, медицина, народное искусство (фольклор) и т. д. Менталитет народа составляет основу этих понятий. Содержание национального менталитета чаще всего выражено через образы народного искусства и культуры в целом, через которые менталитет нации широко внедряется в души и сознание людей, получает психологическое и эмоциональное подкрепление, реально живёт и функционирует в культуре. По существу содержание менталитета есть продукт длительного исторического жизненного опыта народа, черпается из повседневной жизнедеятельности народа и становится популярным, общедоступным, жизненно-практическим.

Сопоставление понятия «национальный менталитет» с понятием «национальная философия», способствует раскрытию его сути и специфики. Значимость концепции «национальной философии» основана на устойчивой характеристике особенности философского сознания, истоки которой коренятся в мировоззренческой сущности философии. Когда говорят: «национальная философия» имеют в виду профессионально разработанные концепции. Действительно, философия как «душа» культуры, в отличие от обыденного знания, народной мудрости во все

времена существовала и продолжает существовать в качестве профессионально разрабатываемого мировоззрения. Национальная философия функционирует в строгих систематизированных, теоретических формах на различных уровнях общественного развития. Философская ориентация учёных несёт на себе печать общей культуры мышления народа, нации. Так, например, такие выдающиеся, философски мыслящие учёные, как аль-Фараби, Ибн Сина, Бируни, Омар Хайям, Мирзо Улутбек, Алишер Навои и другие отличались глубоким проникновением в существо научных и мировоззренческих проблем и символизируют «национальную философию».

Национальный менталитет существует в виде непрофессиональных, философских, этических, эстетических, научных, психологических представлений, неформленных взглядов на мир в целом и является народной мудростью, народным миропониманием, являющимся традиционным объектом изучения этнографии, культурологии, социальной психологии. Это массовое, стихийно возникающее, теоретически неформленное мироощущение, выражаемое эстетически, художественно-образно в фольклоре, в эпических дастанах, в сказках, пословицах и поговорках, народных песнях, танцах, декоративно-прикладном искусстве.

Национальный менталитет играет роль своеобразного аккумулятора глубинной души народа, питающего не только профессиональную философию, но и искусство, литературу, мораль, психологию, социальную ориентацию народа. Между прочим, об этой стороне национального менталитета глубокую мысль выразил Гегель в своей «Эстетике»: «Этот дух народа есть определённый дух, определённый... также и в отношении исторической ступени его развития. Ибо дух должен быть предметным в своём осознании себя... подобно тому, как душа существует лишь в качестве системы своих членов, которые создают душу, будучи сведены в их простое единство» [3, с. 287]. Но между национальным менталитетом и национальной философией всегда существовало взаимодействие и взаимовлияние. Это ярко наблюдается в культуре народов мусульманского Востока. Так, например, философия перипатетизма (аль-Кинди, аль-Фараби, Ибн Сина, Ибн Рушд, Хайям) и особенно философские идеи суфизма (Абдулло Ансори, Санои, Аттор, Джалолидин Балхи, Джамии, Навои) обладают стихийно складывающимися философскими предпосылками народной мудрости, творчески их осмысливая, эксплицируя, оформляя в последовательную теоретическую систему. Кроме того,

продукты национальной философии продолжают свою дальнейшую жизнь не только в самой национальной философии, но и в широкой повседневной жизни. К примеру, взгляды Ибн Сина, Беруни, аль-Газали проникли в ментальность народа.

Особенность национального менталитета тогда приобретает значение общечеловеческого как философско-эстетической категории, когда она является формой выражения исторически требуемых устремлений народа и когда она выражает их душу и разум, а не их предрассудки.

В национальной специфике ментальности многих народов ценится человечность, миролюбие, справедливость, демократизм, стремление к красоте, свободе, возвышенности, взаимовыручке.

Библиографический список

1. Пронников В. А., Ладанов И. Д. Японцы. – М. : Наука, 1985. – С. 145.
2. Weber Max. The religion of China: Confucianism and Taoism. – New York : Macmilan, 1964. – P. 120.
3. Гегель. Эстетика. – М. : Искусство, 1973. – С. 287.

НАЦИОНАЛЬНОЕ СВОЕОБРАЗИЕ НАРОДНОГО МУЗЫКАЛЬНОГО ТВОРЧЕСТВА В КУЛЬТУРОГЕНЕЗЕ БЕЛГОРОДСКОГО РЕГИОНА

Т. А. Селюкова

**Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия**

Summary. This article discusses a study of folk music in the cultural genesis of the Belgorod region. The attention is paid to the problem of its specificity, the oral nature of existence, preservation huge genre variety of folk songs.

Keywords: folklore; tradition; cultural environment; cultural genesis.

Национальное своеобразие народного музыкального творчества, по нашему мнению, категория не только эстетическая. Оно включает в себя комплекс разнообразных компонентов духовного, материального, социально-психологического, этнического характера, находящихся в сложном диалектическом взаимодействии. Форма и содержание творчества несут национальные характеристики, подчиняют себе другие компоненты: художественно-выразительные и изобразительные средства, образность, способ эстетического осмысления окружающего мира, склад мышления и т. д. Следовательно, стилевые, художественные,

языковые особенности народного музыкального творчества обуславливают содержательные и формообразующие элементы.

По мысли М. С. Кагана, аккумулятором национального своеобразия в искусстве выступает, прежде всего, содержание. Но для того, чтобы выявить, закрепить и передать национальный момент содержания, искусству необходимы национальные формы. Таким образом, национальное своеобразие присуще и содержанию и форме искусства [4, с. 641–655]. Однако, отмечая диалектическое соподчинение формы и содержания в искусстве вообще, мы полагаем необходимым отметить специфические особенности проявления этой соподчиненности в народном музыкальном творчестве. Здесь форма не только подчиняется содержанию, заложенному в ней, и служит раскрытию его национального своеобразия, но и определяет национальную принадлежность творчества [5].

Рассуждая о генезисе народного музыкального творчества Юга России, в частности Белгородского края как одного из его «представителей», можно со всей определённой говорить о глубинных корнях этого уникального национального явления, сохранившего «рудименты» древней музыкальной культуры, оставшиеся от былой общности с другими родственными по происхождению этносами. В народном музыкальном творчестве Белгородского региона совершенно очевидны русско-украинские связи. Мы не можем отрицать наличия в нём элементов народного музыкального творчества автохтонных народов этого социокультурного пространства, обнаруживающих себя на уровне жанра произведения, музыкальных норм исторической эпохи, в которую оно было создано, но особенно через средства музыкальной выразительности, в частности метроритма и тех качеств, которые отвечают новой системе ценностей. Исследования учёных выявляют в нём и «сравнительно поздние привнесения и заимствования из музыкальных традиций соседних и далеких по языку и генезису национальных культур» [10, с. 23].

Гумилёвское открытие культурогенеза, утверждающего непрерывность формирования исторических последовательностей зарождения, процветания и угасания этнических общностей, вполне согласуется, по мысли Б. Асафьева, с жизненным циклом развития интонации (мелоса). Развитие начинается от момента её введения в практику, с преодолением сопротивления; далее – открытым движением в данном направлении; восхождением во всеобщее употребление и, наконец, оостенением привычных интонаций, их кризисом [8, с. 59]. И то, и другое, на наш взгляд, в рассматриваемом контексте отражает этническую динамику в различных её формах.

По мнению А. Я. Флиера, структурность культурогенеза формируется из частных процессов: генезиса, культурных форм и норм, а также образования новых культурных систем человеческих сообществ (в том числе социальных, этнических и т. д.) [7, с. 137–148]. Мы полагаем, что этот тезис вполне соответствует функционально-генетический «двумерности» принципа формирования народного музыкального творчества. Последний, в свою очередь, позволяет конкретизировать и содержательный компонент культурогенеза, а также выявить место, роль и значение в его структуре собственно народного музыкального творчества.

Взяв за основу сформулированное нами положение о том, что народное музыкальное творчество – это бытовая утилитарно-эстетическая система, функционирующая в условиях динамично протекающих культурно-национальных процессов, включающая его традиционные и инновационные формы, мы утверждаем мысль, что оно (народное музыкальное творчество) всегда выражает специфические философские, эстетические, нравственные настроения нации, отражает её социально-этнический образ.

Следовательно, исследование народного музыкального творчества в культурогенезе региона предполагает анализ двух взаимосвязанных процессов:

- а) формирования региональной этно-социальной системы;
- б) генезиса и эволюции культурных форм и норм явления в историческом контексте.

Основываясь на материалах исторических, археологических, этнографических, изобразительных, письменных источников, эмпирическом материале, мы можем говорить о глубинных корнях культурогенеза Белгородского региона. Являясь составной частью общего процесса – этногенеза восточных славян, одной из составляющих славянского этногенеза в целом, «замешанного» на индоевропейской общности, он, тем не менее, заслуживает отдельного, самостоятельного анализа.

Географическое пространство современной Белгородской области формировалось в течение многих веков. История края – это история колонизации и обживания его славянами, степняками, русами, казаками и др. этническими группами. Исследователи выделяют несколько этапов колонизации территориального пространства Белгородского края:

- а) миграция племён (в том числе и славянских) до н. э. и в начале первого тысячелетия н. э.;
- б) домонгольский период заселения (Киевская Русь);
- в) заселение в период Московской Руси.

По утверждению русского археолога В. В. Седова и чешского историка славяно-русской культуры, этнографа Л. Нидерле, а также согласно фактам русских летописей, в 1-м тысячелетии здесь появились первые славяне. Верховья рек Ворсклы, Псла, Северского Донца, часть нынешних земель Курской, Харьковской и Белгородских областей занимали племена северян [6].

Формирование восточно-европейской группы славянских популяций на территории края, исследователи относят к периоду неолита. При этом характер этногенеза определял процесс метисации, то есть осуществление славянской колонизации путём внедрения земледельческого населения в инородную среду. В этом отношении этногенез региона уникален. По мнению ряда учёных, он отражает дославянский субстрат, основой в котором (для формирования значительной части населения Восточно-Европейской равнины, включая и территорию современной Белгородской области) явились финно-угры, осваивавшие лесостепные пространства Восточной Европы. В некоторых вариантах известной весенней песни «А мы просо сеяли» сохранилось представление о древней форме «подсечного» земледелия, когда сначала расчищали участок леса под пашню, «подсекая» деревья и выжигая затем их пни на корню («А мы сечу чистили, чистили...», «А мы пал палили, палили...»). В игровой карагодной песне «А на горе мак», записанной в селе Подсереднее Алексеевского района Белгородской области, перечислены все виды полевых и уборочных работ: пахота, посев, прополка, молотьба.

Кавказский «след» этногенеза Белгородского региона тянется от значительного пласта аланского населения Верхнего Дона и его притоков с многочисленными кочевническими группами причерноморских степей (потомки скифо-сарматского населения). Они также оставили свой отпечаток в культурогенезе региона. С населением южнорусских степей генетически связана также общность антов как одной из группировок славян.

Общеизвестно, что с конца железного века южнорусские степи находятся под влиянием савромато-сарматских племён, что, по мнению историков и антропологов, отразилось на типе славяноязычного «степняка». О его «автохтонности» в этнической истории края говорят летописания античных авторов: Тацита, Плиния Младшего, Страбона и др. Аналогичного мнения придерживаются исследователи в области истории, этнографии, народной художественной культуры, фольклористики М. С. Жиров, Б. А. Рыбаков, П. Н. Третьяков, Ю. Н. Шмелёв, В. М. Щуров и др.

Пониманию специфики культурогенеза региона, а, следовательно, и народного музыкального творчества, способствуют научные изыскания М. С. Жирова, в которых обоснована мысль о значимости процесса формирования племенных союзов восточных славян в крае. Союз северян включал восточную часть современной Белгородской области и был вызван необходимостью борьбы с «воинственными ордами кочевников и Хазарского каганата (хазаров, аланов, болгар)» [3, с. 85]. Сопоставляя артефакты культуры местных археологических материалов, «предметы «Колосковского клада» (село Колосково Валуйского района) славянского происхождения, датированные VII веком до н. э., с исследованиями Б. А. Рыбакова о «северских землях», границы которых длительное время оставались неизменными, М. С. Жиров формулирует два важнейших вывода:

а) период пребывания в крае славян – VI–VII вв. н. э.;

б) племя северян – «коренной этнос, уклад и образ жизни которого во многом определили культурные традиции края» [3, с. 85].

Таким образом, характер культурогенеза, а, следовательно, и специфика народного музыкального творчества Белгородского региона, определяется уровнем аккумуляции и воспроизведения социально-стереотипизированного опыта разных народов и этнических групп в процессе совместной жизнедеятельности.

Фольклорно-этнографические исследования последних десятилетий выявили отголоски некоторых локальных этнических групп великорусского населения в говоре местных жителей края: например, в районах Белгородско-Курского региона – «евунов», с их характерным «ево», «каво», «чаво»; в Красненском и Губкинском районах – «щекунов», говорящих «що» вместо «что»; в Старооскольском, Алексеевском, Красногвардейском районах – «ягунов» («каго», «яго», «ион» вместо «он»), что наиболее отчётливо проявляется в образцах традиционных народных песен [3, с. 93]. Не вызывает сомнения и факт проживания во второй половине XVII вв. в бассейне реки Корени (левобережного притока Северского Донца) в ряде сел Корочанского района древней группы великорусов – «мамонов» [9, с. 9].

Согласно данным исследований М. С. Жирова, ещё в середине XIX века этнические группы на территории края жили обособленно друг от друга и окружающего населения в силу этнических и социально-экономических факторов. Они были выходцами из разных регионов России, принадлежали к разным слоям крестьянства, существенно отличались друг от друга

по говору, одежде, образу жизни, бытовому укладу, формам музыкально-художественного самовыражения [3, с. 93].

Наряду с русской шла украинская и белорусская колонизация южной окраины Московского государства. Из-за литовского рубежа бежали в южнорусскую степь белорусы – «прочане», уходившие прочь от преследования униатов и гнёта шляхты» [1]. Согласно исследованиям Д. И. Боголея, в 1639 г. в Короче, Белгороде, Валуйках, Коротояке, Урыве, Яблонове были поселены «черкасы» [2]. Мы полагаем, что это были выходцы из Западно-непрянской и Левобережной Украины: «До сих пор в ряде регионов области их потомки составляют целые населённые пункты, которые говорят на ломаном украинско-русском языке» [3, с. 94].

Безусловно, «встреча» на одном географическом пространстве разных этнических культур, традиций, бытовых укладов жизни, форм и способов музыкально-художественного самовыражения способствовала их смешению, иницируя развитие особой жанровой специфики народного музыкального творчества на территории современной Белгородчины.

На территории Белгородской области даже за последние 40–50 лет зафиксированы уникальные песенные и инструментальные образцы народного музыкального творчества. Это показывают исследования А. В. Рудневой, В. М. Щурова, М. С. Жирова, И. Н. Карачарова, К. В. Квитки и многих других учёных.

Произведения отличаются глубиной форм, полнотой фольклорного стиля, характерными диалектными особенностями. Более того, отдельные их варианты по многим компонентам полностью совпадают с материалами исследований XVIII в. [3, с. 100].

Именно благодаря устной природе бытования, особой специфике культурогенеза в Белгородской области сохранилось огромное жанровое разнообразие народных песен – эпических, исторических, протяжных, лирических, карагодных, игровых, величальных. Этот ряд продолжают песни обрядовые, хороводные, «вечёрошние», шуточные, плясовые, гостевые. Бытуют на Белгородчине городские и современные песни, баллады, частушки, детский музыкальный фольклор. Сохранились также инструментальные наигрыши различной функциональной принадлежности.

Библиографический список

1. Булгаков Г. И. Схематический обзор Курского края в культурно-историческом отношении. Курский край : сб. по природе, истории, культуре и экономике Курской губернии. – Курск, 1925.

2. Бромлей Ю. В. Очерки теории этноса. – М., 1983.
3. Жиров М. С. Региональная система сохранения и развития традиций народной художественной культуры. – Белгород, 2003.
4. Каган М. С. Лекции по марксистско-ленинской эстетике. – Л., 1971.
5. Каргин А. С. Народное художественное творчество. Структура. Формы. Свойства. – М., 1990.
6. Седов В. В. Восточные славяне в VII–XVII вв. – М., 1982.
7. Флиер А. Я. Культурогенез в истории культуры // Общественные науки и современность. – 1995. – № 3. – С. 137–148.
8. Халанский М. Г. Народные говоры Курской губернии : сб. отделения русского языка и словесности Императорской академии наук. – СПб., 1904. – Т. XXV.
9. Чижикова Л. Н. Традиционная женская одежда русских в Белгородской области / Институт этнографии // Ролевые исследования 1977 г. – М., 1979.
10. Щуров В. М. Стилиевые основы русской народной музыки. – М., 1998.

ТАДЖИКСКАЯ РЕСПУБЛИКА В СОСТАВЕ СССР

Г. Б. Сайфутдинова, Х. Р. Хемраев
Казанский государственный
энергетический университет, г. Казань,
Республика Татарстан, Россия

Summary. In 1991 Tajikistan was a developed agro-industrial country and had a good starting position for further development. However, between 1989 and 2000 the economic situation deteriorated, but now a long-term strategic development program is launched.

Keywords: Tajik Soviet Socialist Republic; Tajikistan.

Таджикская АССР образована в результате национально-территориального размежевания в 1929 году и вошла в состав СССР как союзная республика – ТССР (на юге граница с Афганистаном, на востоке с Китаем). Присоединение прекратило в регионе феодальные смуты и способствовало открытию широкого простора для экономического, культурного развития в интересах коренного осёдло-земледельческого таджикского населения. В сельском хозяйстве наметился сдвиг в пользу увеличения орошаемых земель, внедрения новых технических культур, строительство промышленных предприятий по первичной обработке продуктов сельского хозяйства, развития горной и нефтяной промышленности, железных дорог и др. В годы Великой Отечественной войны таджикский народ мобилизовал все силы для отпора фашистской агрес-

сии. Именно в этот период селекционер хлопка В. П. Красичков вывел знаменитый тонковолокнистый сорт 504-В, который давал волокно, использовавшееся при изготовлении парашютов, взрывчатки и других видов стратегических материалов. В 1980 году в республике собирали свыше одного миллиона тонн хлопка, в том числе 315 тыс. тонн тонковолокнистых сортов (сегодня Таджикистан получает половину того урожая – примерно 400 тыс. тонн хлопка в год). За годы в составе СССР Таджикистан стал индустриально-аграрной республикой, выделялся как один из районов хлопководства, добычи руд цветных и редких металлов, лёгкой и пищевой промышленности. В 1975 объём продукции промышленности превзошёл уровень 1940 в 14 раз, а уровень 1913 – в 121 раз. По переписи 1897 года, грамотность населения составляла 2,3 %, в 1939 – грамотные составили 82,8 % населения, по переписи 1970 – 99,6 %, как и по всему СССР. Крупнейшие вузы: Таджикский университет (1933 года), Таджикский медицинский институт (1938 год), сельскохозяйственный институт (1931 год). В 1975 г. работали 138 врачей; было 980 больничных коек (на республику с населением меньше четырёх миллионов человек). Крупнейшее научное учреждение – Академия наук Таджикской ССР. В итоге, к моменту обретения независимости в 1991 году, Таджикистан являлся развитой аграрно-индустриальной страной и имел хорошие стартовые позиции для дальнейшего развития. Однако в период с 1989 по 2000 годы сократилось городское население Таджикистана в целом и население крупных городов страны, включая столицу – в результате миграционного оттока русскоязычного, а затем и местного населения (русский язык потерял государственный статус). Из-за ограничения использования русского языка выросло поколение, которое им не владеет. Согласно опубликованному ООН в 1994 году докладу «Экономическое развитие», Таджикистан по качеству жизни населения опустился на 88-е место в мире. В настоящий момент в стране запущена долговременная программа стратегического развития, учитывающая мировой опыт комплексного решения социально-экономических проблем.

Библиографический список

1. Таджикистан: региональные аспекты конфликта (1990-е гг.) [Электронный ресурс] от 9.02.2014. URL: <http://poli.vub.ac.be/publi/etni-1/niazyi.htm> (дата обращения: 30.03.14).

НОВЫЕ ОСНОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА

А. С. Дорошкевич

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, г. Харьков, Украина

Summary. The article analyzes the theoretical concepts that are pushing to revise the model of social structures and approaches to social stratification. These concepts are quite varied, but they are united by the fact that the main criterion of social stratification are the resources (assets, capital).

Keywords: social stratification; inequality and social structure.

В течение всего хода развития цивилизации факт существования социального неравенства оставался неизбежным. Условия глобализации и кризисные ситуации всё очевиднее демонстрируют существующее в современном обществе неравенство, формы, которые оно принимает, а также потенциал сил, пытающихся противостоять неравенству [6]. Необходимость смены стратификационных моделей и анализа природы неравенств в новом обществе стала очевидной.

Долгие годы основные подходы к социальной стратификации формировались вокруг двух позиций – позиции Карла Маркса и позиции Макса Вебера.

Критериями стратификации в марксистской традиции выступало отношение к собственности, включая ее наличие, характер (производственная – непроизводственная), объект (земля, фабрика, финансовые средства, рабочая сила и т. д.) и объём. Несколько позже эти индикаторы были дополнены позициями, занимаемыми в системе контроля над собственностью, а не только владения ею.

В вебериянской традиции выделялось несколько оснований для социального расслоения – экономическое положение (собственность, доход, образование / квалификация), статус (престижность занимаемого положения в рамках данной культурной традиции), особенности культуры (мировоззрения, стиля жизни и т. п.), позволяющие определить жизненные шансы представителей различных классов. Последователи дополнили эти основания объемом и характером властных полномочий, характером труда, особенностью договорных отношений при найме и т. д.

При всей несхожести двух традиций они постепенно начали сближаться за счет пересмотра властных отношений. Возрастание роли государства и значимости управленческих функций привели к тому, что среди неовебериянцев значимость критерия власти стала возрастать, а в неомарксистском подходе власть

из «функции» собственности, ее производной, превратилась в самостоятельный критерий стратификации.

Однако сближение традиций стало не столько знаком их примирения, сколько знаком их изживания. Ни та, ни другая не давала достаточный инструментарий для анализа нового социального устройства. Во второй половине XX века значительные изменения претерпели и социальная теория, и социальная реальность.

В теоретических инновациях можно выделить по крайней мере три концепции, которые подталкивали к пересмотру модели социальной структуры и подходов к социальному расслоению.

Прежде всего, следует отметить экономические теории Т. Шульца и Г. Беккера. Итогом рассуждений экономистов стало введение в стратификационный анализ принципиально нового типа капитала – человеческого капитала, основной стрезень которого составляли уровень образования человека и приобретенные в результате обучения общие и специфические навыки.

Следующим шагом стала популяризация концепции элит, в рамках которой противопоставлялись не классы, а элита и массы.

И наконец, роль третьего удара гонга сыграла концепция «экслюзии», потеснившая понятие бедности, разделение на «верхи» и «низы» разделением на находящиеся в мейнстриме и социально исключенных. Если в концепциях бедности внимание акцентируется на распределении ресурсов и недостаточном удовлетворении потребностей, то в концепциях социальной экслюзии – на недостатке прав и ограниченном доступе к институтам, распределяющим ресурсы. Если бедность рассматривается как определенное состояние или положение, то социальная экслюзия в большей степени сконцентрирована на процессе маргинализации, связанной с ограниченным доступом к социетальным институтам интеграции. П. Абрахамсон, рассматривая концепции бедности и социальной экслюзии, отмечает их исторический водораздел: «бедность – классический феномен, ассоциирующийся с эпохой ранней индустриализации, в то время как социальная экслюзия – ее постмодернистский эквивалент. Бедность – такое состояние, когда большинство рабочего класса эксплуатируется буржуазией. Социальная экслюзия эпохи постмодерна, наоборот, – состояние, когда меньшинство маргинализируется от общества средней массы, находящейся в *mainstream*». Переходом к концепции социальной экслюзии можно считать конец 80-х годов XX столетия, когда Комиссией ЕС и Европейским парламентом был создан целый ряд программ по борьбе с соци-

альной эксклюзией в Европе. По словам координатора одной из таких программ Г. Рума, «индивидуумы страдают от социальной эксклюзии, когда:

1) находятся в невыгодном положении с точки зрения образования, квалификации, занятости, жилищных, финансовых ресурсов и т. д.;

2) их шансы получить доступ к основным социальным институтам, распределяющим эти жизненные шансы, существенно ниже, чем у остального населения;

3) подобные ограничения длятся во времени» [1, с. 159].

Концепция социальной эксклюзии носит многофакторный характер, раскрывающий механизмы исключения индивидуумов и групп из участия в социальном обмене. Она не только принесла политические выгоды, позволив избежать издержки от политически «неудобного» феномена бедности, но и имела реальные основания, интерпретируя глубокие изменения, произошедшие в социальной дифференциации. Численно вырос (за счет государственных служащих, топ-менеджеров частных компаний и пр.) и постепенно исчез высший класс, уступив свое место верхнему среднему классу. Существенные изменения претерпел и средний класс. Разрастаясь и дифференцируясь, сокращаясь и размываясь, он утратил свою однородность, распался на множество различных качественных образований с разными историческими перспективами [7, с. 28–40]. На место бедных слоев общества пришел «маргинализированный и исключенный» андеркласс. Социальные трансформации оказались столь радикальными, что теоретики стали отказываться от вертикальной, иерархической модели стратификации в пользу горизонтальных схем. Например, А. Турен утверждает, что «в настоящий момент мы переживаем переход от вертикального общества, которое принято называть классовым, к горизонтальному, где наиболее важно понимать не то, внизу люди или наверху, а в центре они или на периферии (т. е. сейчас речь идет не о понятиях «верх-низ», а о понятиях «внутри-вне»)» [1]. Создатели теории социальной эксклюзии заменяют вертикальное расслоение горизонтальной дифференциацией «инсайдеров» и «аутсайдеров». Известный немецкий теоретик У. Бек отмечает, что классовые ниши в современном обществе исчезли. Если классы, пришедшие на смену сословиям, требовали принадлежности к нишам, активного приспособления к классово обусловленным социальным типам и моделям поведения, личных достижений и постоянно возоб-

новляемого подтверждения в повседневном поведении своей принадлежности к классу, то в обществе риска таких ниш просто нет. Они настолько хрупкие, что исчезают прежде, чем заканчивается процесс восстановления принадлежности к ним. Социальная структура настолько изменчива, что нет никакого пункта назначения, которого можно было бы достичь и расслабиться. З. Бауман эту ситуацию назвал «расплавленностью» условий человеческой жизни и ее целей [2, с. 57]. Размытые условия жизни ведут к образованию некоего символического «контейнера возможностей», причем как еще не обнаруженных, так и уже упущенных [2, с. 69]. Все изменения в мире происходят столь быстро, что никакая проблема не может быть решена раз и навсегда – ее надо периодически решать заново.

Таким образом, необходимость смены стратификационных моделей и анализа природы неравенств в новом обществе стала очевидной. И альтернативные концепции не заставили себя ждать. Эти концепции достаточно разнообразны, но их объединяет тот факт, что в качестве основного критерия социального расслоения выступают ресурсы (активы, капиталы). В результате новый подход к анализу социального неравенства и социальной стратификации получил название ресурсного подхода. Наиболее яркие его представители – П. Бурдьё, М. Кастельс, У. Бек, Д. Грузски, Э. Соренсен.

Концепция Пьера Бурдьё – это концепция множества типов капиталов. В качестве основных типов он, как правило, выделяет 3 капитала: экономический капитал, который непосредственно и напрямую конвертируется в деньги и институционализируется в форме прав собственности; культурный капитал, который при определенных условиях конвертируется в экономический капитал и может быть институционализирован в форме образовательных квалификаций; социальный капитал, образованный «связями», который при определенных условиях конвертируется в экономический капитал и может быть институционализирован, например, в форме аристократического титула.

Особенностью культурного капитала является то, что он может выступать в трех состояниях: инкорпорированном, объективированном (в форме культурных товаров – картин, книг, словарей, инструментов, машин и т. д.) и институционализированном.

Накопление культурного капитала в инкорпорированном состоянии предполагает процесс воплощения в телесные формы, превращения в неотъемлемую часть личности. Подобно

наращиванию физической мускулатуры или приобретению загара, это невозможно сделать через вторые руки. Работа по приобретению подобных свойств – это работа над собой, предполагающая собственные усилия. Такой инкорпорированный капитал невозможно мгновенно передавать посредством акта дарения или наследования, покупки или обмена (в отличие от денег, прав собственности или даже аристократических титулов). Но его можно приобретать без какого бы то ни было его намеренного насаждения. Он всегда несет на себе отпечатки самых ранних условий своего приобретения, и эти более или менее видимые отпечатки (например, произношение, говорящее о принадлежности к определенному классу или региону) помогают определить его отличительные особенности.

Объективированное состояние культурного капитала – материальные предметы и средства (письменные документы, картины, памятники, инструменты и т. д.) может передаваться материально. Институционализированное состояние культурного капитала возможно в виде академических квалификаций. Оно отличает капитал самоучки (который в любой момент может быть поставлен под сомнение) от культурного капитала, санкционированного академическими средствами при помощи юридически гарантированных квалификаций, формально независимых от личности их обладателя. Академическая квалификация также делает возможным сравнение квалификации его владельцев и даже их замены (последовательно замещая одного владельца другим). Она позволяет установить пропорции обмена между культурным и экономическим капиталами посредством гарантирования денежной стоимости данного академического капитала.

Любое из состояний культурного капитала, по мнению П. Бурдьё, приобретает ценность в тех случаях, когда оно дефицитно. И нередко общество создает механизмы, позволяющие поддерживать дефицит. Например, в виде неравного доступа к образованию, разного уровня экономической прибыльности той или иной академической квалификации и т. д.

Культурный капитал интересен не только своим содержанием, но и логикой его передачи. С одной стороны, процесс присвоения объективированного культурного капитала и время, необходимое для осуществления этого процесса, зависят главным образом от культурного капитала, инкорпорированного в семье в целом. С другой стороны, первоначальное накопление культурного капитала начинается сразу же, без задержки и напрасной

траты времени только у детей в семьях с уже имеющимся мощным культурным капиталом. В этом случае период накопления охватывает весь период социализации. То есть передача культурного капитала, несомненно, является наиболее скрытой формой передачи капитала по наследству и в сложном комплексе капиталов, которыми владеет человек, имеет больший вес, чем прямые, видимые формы передачи капитала.

Экономический и культурный капитал связаны между собой и по крайней мере отчасти конвертируемы. Связь между экономическим и культурным капиталом, по мнению П. Бурдье, опосредуется временем, необходимым на их приобретение. Различия культурного капитала, которым обладают разные семьи, прежде всего предполагают различия в возрасте, с которого начинается труд по его передаче и накоплению. И предельным случаем является использование всего биологически доступного времени, когда максимум свободного времени отдается приобретению максимального объема культурного капитала.

Таким образом, культурный капитал в инкорпорированном виде включает в себя капитал людей, в круг которых проходила социализация индивида. Социальный же капитал человека напрямую зависит от показателей капитала тех, кто в данный момент входит в сеть его связей, поскольку представляет собой совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания. Социальный капитал требует постоянной работы по установлению и поддержанию социальных связей, но наиболее эффективно его накопление происходит при росте общего объема других типов капитала (экономического и культурного), когда уже не человек ищет и устанавливает долгосрочные знакомства, а другие ищут знакомства с ним и считают важным знать его лично. Обладатели унаследованного социального капитала, символизируемого известным именем, также могут превращать все свои случайные знакомства в продолжительные связи [4].

Главный вывод стратификационной модели П. Бурдье заключается в том, что основой социального расслоения является не один вид капитала, а неравный объем сложного по своей структуре совокупного капитала индивида.

Близкие идеи, хотя в других терминах, высказывает и Э. Соренсен. Так же, как и П. Бурдье, он предлагает новое основание классовых неравенств – имеющие сложную структуру активы

индивидов – и обращает особое внимание на роль их дефицитности (как естественную, так и созданную посредством монополизации). Привилегированные классы у Э. Соренсена – это совокупность структурных позиций, обеспечивающая права на активы, создающие ренту [8]. А экономической основой социальных неравенств выступает рента, получаемая в результате неравенства в объеме и характере располагаемых представителями различных статусных позиций активов.

Испанский исследователь Мануэль Кастельс также указывает на наличие новых и более сложных оснований социальной дифференциации. Он выделяет три основных аспекта, влияющих на формирование основных социальных разломов в информационном обществе:

1) внутреннюю фрагментацию рабочей силы на информационных производителей и заменяемую рабочую силу;

2) социальную эксклюзию – исключение значительного сегмента общества, состоящего из сброшенных со счетов индивидов, чья ценность как рабочих-потребителей исчерпана и чья значимость как людей игнорируется;

3) разделение рыночной логики глобальных сетей потоков капитала и человеческого опыта жизни рабочих [5].

Первый аспект указывает на то, что работники заменяемого труда очень быстро могут оказаться и уже являются маргинализированными, вытесненными из общества, в то время как ценность квалифицированного и творческого труда и его носителей возрастает. Таким образом, основанием социального неравенства, по мнению М. Кастельса, еще более глубокого, чем ранее, становится неравный доступ к информации, знаниям и возможностям обладания ими.

Второй аспект нарастания социального неравенства дополняет первый и более подробно рассматривает феномен социального исключения. Если жизненные стандарты бедных в прежние времена были низкими, то они, по крайней мере, не были для общества «лишними» людьми в отличие от современного андеркласса, современных «исключенных», которые через многочисленные механизмы дискриминации выбрасываются из социального «мейнстрима», социального пространства, рынка труда. Исключенность касается не только определенного социального слоя, но и целых стран, которые оказываются «ненужными» в новой глобальной экономике.

Третий аспект социального неравенства касается его личностного измерения, драмы человека, «отстающего от человечества».

Глобализация и нарастающая интеграция информационного пространства, по мнению М. Кастельса, одновременно подрывают независимость и автономность субъекта. В условиях роста индивидуализации и вариативности жизненных судеб для отдельного человека нет жесткой заданности социальной эксклюзии – это всегда лишь больший или меньший риск. Но учитывая усложнение требований к рабочей силе, шансы оставаться в мейнстриме объективно уменьшаются для большинства членов общества.

Развивает концепцию новых оснований социального неравенства и идею социального притеснения без эксплуатации и У. Бек. По его мнению, современное общество делится на три самостоятельных мира – «белый» мир мейнстрима, «серую зону» высоких рисков и «черную дыру» глубокой эксклюзии. В качестве основания социального неравенства У. Бек выделяет риск и отмечает, что «риски, как и богатство, связаны с классовой системой, только обратным образом: богатство накапливается наверху, а риски внизу: бедность притягивает к себе несчастливый избыток рисков. Богатство (в доходе, власти или образовании), напротив, может купить себе безопасность и свободу от риска» [3]. Вместе с тем У. Бек указывает и на высокую динамичность, подвижность социальной системы, в которой индивиды постоянно перемещаются по социальному полю, причудливо группируясь в каждый момент строго определенным образом в различающиеся угрожаемыми рисками группы. При этом их возможности в этом непрерывном «броуновском движении» не одинаковы и зависят от различных типов ресурсов, которыми они располагают. Причем среди ресурсов, о которых упоминает Бек, – не только богатство и знания как два ключевых, по Беку, типа ресурсов, но и пол, возраст, здоровье, продолжительность занятости на данном предприятии, «умение держаться», связи, этническая принадлежность и т. д. [7, с. 33].

П. Бурдьё, Э. Соренсен, М. Кастель, У. Бек – все они обратили внимание на одно и то же явление – превращение многих характеристик индивида в современном обществе в активы, прямо влияющие на социальное, экономическое положение, жизненные шансы и угрожающие индивиду риски.

Не менее оригинальными являются и идеи З. Баумана. В своей концепции текучей реальности в качестве нового основания для социального расслоения он выделяет парадоксальную, но неотъемлемую и чрезвычайно важную характеристику современного мира – скорость. Такой вывод вытекает из того, что мир постепенно перешел к экономике знаний, а знания посредством

современных средств связи стали передаваться со скоростью света. То есть самый главный экономический ресурс и главный продукт человеческой деятельности стал перемещаться в пространстве практически мгновенно. Под эту скорость стали подстраиваться и остальные ресурсы, и хотя они не могут достичь ее, динамичность всех процессов возросла неизмеримо. И вместе с этим и динамичность личности стала ее решающим ресурсом.

В социальных системах, по мнению З. Баумана, скоростная характеристика имеет два измерения – внешнее и внутреннее. Первое связано со скоростью реальных действий человека во внешнем мире и его социальных взаимодействий, второе – с мышлением индивидуума, с его внутренним миром. Индивид крайне редко является носителем обеих характеристик, хотя они и связаны между собой. Переработка больших объемов сложной информации требует от человека колоссальной внутренней энергии. Высокоразвитый интеллект к тому же ведет к множественности интересов и обостряет способность предвидеть последствия любого действия, усложняя выбор альтернатив. В результате интеллектуалы не стремятся активно проявлять себя во внешней среде. Рост ментальных способностей ведет к падению внешней активности. Таким образом, в современном мире от избытка информации возникает противоречие между внутренней и внешней скоростью. В состав социальной элиты входят люди не с высокой внутренней скоростью, а с высокой внешней скоростью.

В целом, по мнению З. Баумана, в мире текучей современности формируется три основных социальных слоя: интеллектуальная элита, у которой высокая скорость мышления, позволяющая генерировать новшества и формировать вектор развития общества, направленный вверх; деловая элита, у которой высокая скорость действий и которая осуществляет экспансию, распространение и продвижение инноваций, формируя горизонтальную линию развития; массы, которые принимают и потребляют новшества, закрепляют, консервируют и сохраняют их.

Резюмируя всё вышесказанное, следует еще раз подчеркнуть значительное усложнение и динамичность современной социальной структуры. Усложнение и динамичность в столь высокой степени, что и о социальной структуре говорить неправомерно, а, скорее, следует говорить, объединяя позиции У. Бека и З. Баумана, о текучести социальных ниш, которые формируются и исчезают с невероятной скоростью, и актуализируют то одни, то другие капиталы, ресурсы, активы человека, придавая ценность тому, что еще буквально

полвека назад не принималось во внимание и не имело значения для определения социальной позиции человека, – способностям, умениям, уровню образования, полу, возрасту, здоровью, социальным связям, этнической принадлежности, мобильности индивида.

Библиографический список

1. Абрахамсон П. Социальная эксклюзия и бедность // *Общественные науки и современность*. – 2001. – № 2. – С. 159.
2. Бауман З. *Текущая современность* / пер. с англ. под. ред. Ю. В. Асочакова. – СПб. : Питер, 2008. – С. 57.
3. Бек У. По ту сторону классов и слоев // Бек У. *Общество риска. На пути к другому модерну*. – М. : Прогресс – Традиция, 2000. – Гл. III. – С. 111–146.
4. Бурдые П. *Формы капитала* / пер. М. С. Добряковой ; науч. ред. В. В. Радаев // *Экономическая социология*. – 2005. – Т. 6. – № 3 (май). – С. 60–74.
5. Кастельс М. *Трансформация труда и занятости: сетевые работники, безработные и работники с гибким рабочим днем. Осмысливая наш мир // Информационная эпоха. Экономика, общество, культура*. – М. : ГУ-ВШЭ, 2000. – С. 199–225; 491–513.
6. Сук О. Є. Справедливість в системі моральних цінностей в контексті глобалізації // *Вісник національної юридичної академії України ім. Ярослава Мудрого* / редкол. : А. П. Гетьман та ін. – Х. : Право, 2011. – Вип. 7. – С. 229–238. – (Сер.: Філософія, філософія права, політологія, соціологія).
7. Тиханова Н. Е. Ресурсный подход как новая теоретическая парадигма в стратификационных исследованиях // *Социальная политика. Социальная структура*. – 2006. – № 9. – С. 33.
8. Sorensen A. B. *Toward a sounder basis for class analysis* // *The American Journal of Sociology*. – Chicago, May 2000. – Vol. 105. – № 6. – P. 1523–1558.

КУЛЬТУРООХРАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Н. О. Березняк

**Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия**

Summary. The article reveals the theory and practice problem of technologies kulturoohrannyh socio of cultural activity, explains their role in the process preservation of cultural values broadcast.

Keywords: restoration; cultural values; subjects socio-cultural sphere; socio-cultural activity.

Культурные ценности имеют особое значение в развитии образования, науки и культуры, а также в обогащении культурной жизни народов и взаимного сотрудничества. Поэтому каждое

государство несёт ответственность за их создание, сохранение, трансляцию для последующих поколений. Культурные ценности на протяжении всей истории человечества разными учёными оценивались по-разному: с философской, культурологической, юридической и иных точек зрения. Как представляется, основополагающим остаётся философское понимание культурных ценностей как опредмеченных результатов человеческого творчества, которые, будучи результатом всеобщего труда, служат связующим звеном между различными поколениями людей и всегда носят конкретно-исторический характер, являясь фактором формирования необходимого обществу типа личности [3]. Именно поэтому сегодня одним из главных ориентиров культурной политики на федеральном уровне и на уровне субъектов Российской Федерации является сохранение, реставрация и совершенствование учёта объектов, входящих в культурное наследие.

Критическое состояние множества памятников, исторических объектов и мест бытования народных промыслов и ремёсел, свидетельствует о том, что в данной сфере существует ряд объективных проблем, вызванных недостаточной теоретической разработанностью, а также трудностями субъективно-практического характера. Так например, в настоящее время государственная охранно-реставрационная служба по ряду причин не может в одиночку решить все вопросы, связанные с восстановлением социокультурной среды того или иного региона. Нельзя не отметить, что актуальной остаётся проблема использования культуроохранных технологий в современной социально-культурной практике, что частично может быть обусловлено недостаточностью теоретического обоснования их роли и места в культуроохранном процессе.

Без теоретического осознания всех аспектов реставрационного вмешательства, отмечает Ю. Г. Бобров, невозможно сделать тот единственно правильный выбор, который позволит сохранить для потомков художественное наследие в его материальной подлинности и полноте значения [1].

Сохранение культурного наследия рассматривается правительством Российской Федерации как задача большой общественной значимости, и ей уделяется немало внимания, однако её полномасштабное решение невозможно только на федеральном уровне. В полном объёме и с наибольшей достоверностью информация о трудностях в этой сфере представлена на региональном уровне, где функционируют специальные подразделения в управлениях и отделах культуры, и где наиболее остро ощущается

потребность в решении этих проблем. Состояние объектов культуры становится определяющим фактором для активизации внимания к использованию культуроохранных технологий в практике культуроохранной деятельности на всех уровнях.

Культуроохранные технологии в системе социально-культурной деятельности представляют собой методы и приёмы сохранения и изучения культурно-исторического наследия, возрождения и развития традиционных форм народной художественной культуры, организации историко-краеведческой и туристско-экскурсионной работы [2].

Основой для осуществления большинства культуроохранных технологий на общефедеральном и региональном уровнях является сформированный и систематически заполняемый Федеральный регистр культурных ценностей. Он представляет собой электронную базу данных с организацией доступа к ней через глобальные информационные сети [3, с. 435]. В данную базу периодически вносятся списки объектов, требующих первоочередного использования реставрационных технологий. Так же данная цифровая система регистра позволяет осуществлять перераспределение нагрузок и полномочий на основе развития местной инициативы, привлечения актива из числа местной интеллигенции, студентов, школьников, в каком-либо регионе страны. Без этого невозможным было бы ведение постоянной эффективной работы в различных секторах культуры.

На современном этапе главной установкой культуроохранных технологий является сохранение культурно-исторической среды с помощью современных охранно-реставрационных мероприятий. Суть этой установки заключается в том, чтобы сберечь, по возможности, зримые приметы и знаковые ценности каждого отдельно взятого культурного сообщества, превратить их в активно функционирующие элементы современных образовательных структур. Не случайно лучшим способом сохранения памятникового объекта считается использование его по назначению (например, передача церкви прав на владение культовыми постройками). Нашему государству и в дальнейшем стоит использовать и популяризировать подобные способы сохранения культурных объектов.

Неотъемлемой частью культуроохранных технологий является реставрация. Существует множество видов реставрации, которые делят по разным признакам. Во всех видах основная цель реставрации – восстановить утраты предмета (дефекты, полученные в результате эксплуатации – сколы, удары, разломы

и многое другое) и улучшить его внешний вид, а также законсервировать предмет.

Практическая реставрация включает в себя несколько вполне самостоятельных видов воздействия на объект, различающихся степенью и качеством интервенции. Одни из них предполагают опосредованное воздействие, другие – непосредственное вмешательство в структуры произведения. В последнее время всё большая роль придаётся превентивной консервации, которая становится самостоятельным видом деятельности по сохранению культурного наследия. Она предполагает предупреждение разрушений, создание благоприятных условий хранения с помощью широкого спектра опосредованных действий.

В целях актуализации культуuroохранной деятельности и активного внедрения культуuroохранных технологий в субъекты социально-культурной сферы, на наш взгляд, необходимо разрешить три первоочередных задачи:

- разработать теоретические предписания, которыми в дальнейшем могли бы руководствоваться субъекты культурной деятельности, непосредственно применяя данные наработки на практике;

- улучшить материально-технические базы в учреждениях культуuroохранной направленности, в частности реставрационной деятельности (художественно- научные реставрационные центры, Государственные исторические музеи и Государственные научно-исследовательские институты реставрации);

- доработать и совершенствовать сформированный Федеральный регистр культурных ценностей, так как именно он позволяет отслеживать наиболее критические объекты культуры, что в свою очередь позволяет проводить комплекс противоаварийных, консервационных и реставрационных работ по сохранению памятников истории и культуры общероссийского (федерального) и регионального (местного) значения.

Культуuroохранные технологии, описанные выше, относятся к традиционному типу. Они составляют базу культуuroохранной деятельности. Однако в современных условиях информационного общества стоит активнее использовать информационные технологии в культуuroохранном процессе. В частности, стоит наладить работу по созданию электронных баз данных культурных территорий, объектов, ценностей. Следует активнее использовать электронные экскурсии в режиме on-lieu, of-lieu, открывать альтернативные экспериментальные музеи. Вариативность культуuroохранных технологий может стать действенным фактором

в совершенствовании деятельности по сохранению, трансляции, освоению культурных ценностей, что в свою очередь будет способствовать главной идее культуроохранной деятельности – сохранению всего богатства культуры для последующих поколений.

Библиографический список

1. Бобров Ю. Г. Теория реставрации памятников искусства: закономерности и противоречия. – М., 2004. – 325 с.
2. Киселёва Т. Г., Красильников Ю. Д. Социально-культурная деятельность : учебник. – М. : МГУКИ, 2004. – 539 с.
3. Сергеев А. П. Гражданско-правовая охрана культурных ценностей в СССР. – Л., 1990. – С. 46.

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КЛАСТЕР КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КУЛЬТУРНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Е. А. Белецкая, Н. В. Товолжанская
**Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия**

Summary. This article analyzes the social functioning of a multi-component cluster, which is embodied in the quality of life of the population through the implementation of the mission «of accomplishment – to prosperity».

Keywords: innovation resources; socio-cultural clusters; the cultural environment.

Важным инновационным ресурсом социально-культурного развития территории Белгородской области является проектная и грантовая деятельность.

Ещё в 2006 году было принято постановление Губернатора области «О грантах Губернатора Белгородской области, направленных на развитие сельской культуры». С этого момента ежегодно проводится областной конкурс на соискание гранта Губернатора среди органов местного самоуправления муниципальных районов. Отбираются семь лучших социально-культурных проектов, направленных на вовлечение жителей в активную творческую деятельность, на развитие инновационных форм организации культуры в сельских территориях. Из областного бюджета выделяются финансовые средства для реализации этих проектов.

В целях повышения эстетического уровня благоустройства и совершенствования дизайна населённых пунктов области, формирования комфортной среды проживания правительство области утвердило программу «500 парков Белогорья» на 2008–2012 годы, которая была успешно реализована. Парковые зоны расположены главным образом вокруг клубных учреждений культуры.

В Белгородской области придаётся особое значение развитию регионального, сельского туризма. К этой работе привлекаются специалисты учреждений культуры области. Так в селе Богородское Новоскольского района открыт необычный музей – «Дом гуся», а в селе Стригуны Борисовского района появился «Музей лука».

Театрально-концертные организации области находятся в постоянном поиске внедрения новых форм работы, расширения влияния на развитие культуры и воспитание зрителей разных возрастных категорий. В профессиональных театрах области ежегодно проходит до 20 премьерных спектаклей. Созданы все условия для выступления в сельских домах культуры государственных музыкальных и театральных коллективов. Среди жителей сельских территорий всё более популярными становятся выступления коллективов профессионального искусства.

С 2010 года в Белгородской области реализуется Стратегия социально-экономического развития области на период до 2025 года, утвержденная постановлением правительства области от 25 января 2010 года № 27-пп.

Одна из целей Стратегии – это создание и функционирование многокомпонентного социального кластера, который воплощается в повышении качества жизни населения через реализацию миссии «от благоустройства – к благополучию».

В ноябре 2011 года постановлением правительства области была утверждена Концепция проектирования социально-культурных кластеров в муниципальных образованиях Белгородской области на 2012–2017 гг.

Было принято решение о проектировании социально-культурных кластеров в муниципальных образованиях Белгородской области. Это произошло в результате комплексного анализа достижений в культуре за последнее десятилетие.

Внедрение кластерного подхода в деятельность муниципальных учреждений культуры должно обеспечить эффективное развитие творческого потенциала большинства жителей Белгородской области.

Социально-культурный кластер сконцентрирует материальные, организационные, инфраструктурные, кадровые ресурсы муниципального образования и создаст принципиально новую, привлекательную для населения культурную среду. Портер указывает, что «кластеры помогают не только зарабатывать деньги, но и служат лучшей средой для инноваций, самореализации людей и налаживания отношений в обществе» [1, с. 14–16].

На наш взгляд, это высказывание имеет самое непосредственное отношение к развитию культурной среды любой территории.

Кластер, по мнению аналитика Издательского дома «Ом-Медиа» А. Личутина, реабилитирует понятие «культурной услуги», которое до сих пор вызывает отторжение у профессионалов сферы культуры. Маркетолог Игорь Манн сформулировал тезис: «товары приобретаются, услуги – переживаются». В случае «культурной услуги» мы действительно переживаем некоторый опыт, который может дать данная территория, данное сообщество, данная традиция. Целостность, многогранность этого опыта способен обеспечить только кластер [6].

На сегодняшний момент можно выделить следующие основные компоненты кластера:

- Модельный Дом культуры (клубные формирования в т. ч. творческие коллективы);
- Модельная библиотека (читальный зал – интернет зал);
- Дом ремёсел (Дом мастера) и (или) Дом фольклора;
- музей истории села (музейная комната);
- классы музыкальной школы (филиал ДШИ);
- временные выставки; выступления профессиональных коллективов (театров и филармонии);
- сувенирная лавка; спортзал (комната для спортивных занятий с тренажёрами);
- детское кафе;
- центр молодёжных проектов (развитие творческих индустрий);
- организация кинопоказа;
- танцевальный зал (диско-зал);
- представительство ЗАГС (торжественная регистрация браков);
- кино-фотоуслуги;
- студия красоты (парикмахерские услуги);
- парк культуры с детской площадкой;
- пошивочная мастерская и др. [1].

Это далеко не полный перечень компонентов сельского культурного кластера.

Проектирование социально-культурного кластера основано на следующих принципах:

- интеграция отдельных функциональных отраслевых подсистем в организованную систему – комплекс услуг;
- территориальное единство, так как все сетевые элементы размещаются на территории центра муниципального образования; чаще всего в одном здании;
- наличие разработанной нормативно-правовой базы в сфере деятельности учреждений культуры, проведённая стандартизация и регламентация услуг в сфере культуры;
- стабильная финансовая поддержка органами исполнительной власти развития сферы культуры;
- развитие внешней и внутренней конкуренции и активное продвижение сектора платных услуг – потенциал для развития творческих индустрий;
- активное взаимодействие с представителями малого бизнеса;
- развитие смежных услуг (парикмахерских, фото-видео сервис, детского кафе, сувенирной лавки, народных обрядов торжественной регистрации браков, золотых и серебряных юбилеев, создание швейных мастерских, развитие сельского туризма).

Для формирования кластера необходимо обеспечить:

- вертикальное выстраивание единой социально-культурной политики в соответствии с разграничением полномочий всех уровней управления;
- горизонтальную интеграцию различных организаций и учреждений социальной сферы на основе разработки целевых программ и проектов;
- создание ресурсного обеспечения функционирования кластера программно-целевым методом на основе объединения средств из бюджетов всех уровней.

Целями развития социально-культурных кластеров в Белгородской области можно считать:

- развитие человеческого потенциала в целом и развитие творческого начала каждого индивидуума;
- повышение уровня культурных потребностей населения области и качества предоставления услуг в сфере культуры;
- повышение инновационного творческого потенциала специалистов в производстве услуг в сфере культуры и создание культурной среды нового качества;

– активное развитие новых отношений с представителями малого бизнеса;

– повышение престижности занятости в сфере культуры через развитие доходности учреждений и систематическое повышение заработной платы работников.

Ожидаемыми системными эффектами создания региональной сети сельских социально-культурных кластеров должны стать:

– улучшение показателей в сфере культуры, характеризующих расширение спектра услуг и повышение качества услуг в сфере культуры;

– создание комплексных смежных услуг;

– востребованность выпускников учреждений профессионального образования в сфере культуры на региональном рынке труда, и, как следствие;

– раскрытие культурно-творческого потенциала жителей области.

Создание многокомпонентного социального кластера должно в полной мере решить задачу по формированию культурной среды в каждом населённом пункте области, определив минимальные необходимые и достаточные условия и ресурсы для культурной и творческой деятельности населения.

Библиографический список

1. Инновации в клубной сфере Белгородчины // Дом культуры. – 2012. – № 9. – С. 14–16.
2. Киселева Т. Г., Красильников Ю. Д. Социально-культурная деятельность : учебник. – М. : МГУКИ, 2004. – С. 406; 492.
3. Колядина Ю. М., Белецкая Е. А. Сельская среда как фактор формирования нравственно-эстетической культуры подростков в современных условиях // Сборник конференции НИЦ «Социосфера». – Прага. – 2013. – № 25. – С. 70–72.
4. Методические рекомендации по созданию Модельных Домов культуры / Белгородский государственный центр народного творчества. – Белгород, 2009. – С. 3.
5. Мирошниченко Е. В., Белецкая Е. А. Деятельность библиотеки по организации досуга населения: терминологический аспект // Библиосфера. – 2012. – № 2. – С. 62–67.
6. Модельный Дом культуры – инновационный ресурс социально-экономического развития территории : материалы Международной научно-практической конференции, 17–19 сентября 2011 года / М-во культуры Российской Федерации, Упр. культуры Белгор. обл., ГУК «Белгор. гос. центр народного творчества». – Белгород : Белгор. обл. тип., 2011. – С. 12–18; 21.

ВИРУСНАЯ РЕКЛАМА КАК КАНАЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМНОГО МАТЕРИАЛА

А. В. Савченко, Д. О. Махортов
**Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия**

Summary. The article describes the basic concepts and approaches of viral advertising. Both advantages and disadvantages of this distribution channel advertising are analyzed. The basic errors that allowed using viral advertising are disclosed.

Keywords: viral advertising; efficiency; viral marketing; promotional product.

Реклама – это вид деятельности, либо произведённая в её результате информационная продукция. Она реализует сбытовые или иные цели промышленных и сервисных предприятий, общественных организаций или отдельных лиц путём распространения оплаченной ими и идентифицирующей их информации, сформированной таким образом, чтобы оказывать усиленное направленное воздействие на массовое или индивидуальное сознание с целью вызвать определённую реакцию выбранной аудитории.

В наше время эффективность традиционной рекламы не падает. Но большинство потребителей считает её навязчивой: люди не смотрят вывески, переключают каналы телевизора, с помощью специальных программ отключают flash-баннеры в интернете. Человек стремится закрыть все источники, навязывающие ему рекламу. И нельзя винить их в этом, традиционная реклама прекратила быть средством информирования и ненавязчивого убеждения – она стала средством явного манипулирования и слишком часто непрофессионального воздействия.

Наиболее просто и эффективно – дать возможность самим потребителям передавать информацию о товаре, то есть передать процесс рекламирования людям.

На этих самых тезисах и основана работа «вирусного маркетинга». Вирусная реклама распространяется самим пользователем, которому его друзья и знакомые, разумеется, доверяют больше, чем незнакомым рекламщикам. Ведь вы, естественно, купите продукт по совету вашей семьи или по предложению от знакомых, чем основываясь на том, что услышали по телевидению или прочитали в интернете.

Как и любое новшество, вирусная реклама приживается медленно, многие выступают против неё, говоря о этической стороне

вопроса. Иногда определить такую рекламу сложно, так как в её качестве может выступать что угодно: игра, ролик, сайт, статья, даже обычный слух.

Выбор человека, который впоследствии будет рекламировать товар, определяется особенностью продукта и спецификой целевой аудитории. Так, интернет-аудитория сильно отличается от телевизионной аудитории. Она гораздо более информирована, даже при условии ограниченного числа посещаемых ресурсов, более продвинута и в некоторых случаях более разборчива. То есть продать продукт такому пользователю на порядок сложнее, чем потребителю, который относится к телевизионной аудитории. Вместе с тем, такой пользователь намного активней, и если продукт ему нравится (или он получает какую-то плату за рекламу), то он постарается вызвать интерес всех своих знакомых к данному продукту.

Количество посещений сайтов достигает высокой отметки обычно в рабочее время, а так же вечером после работы (пик посещаемости с девяти до семи в среду и пятницу).

Естественно, использовать вирусную рекламу имеет смысл тем компаниям – как крупным и известным, так и тем, которые только выходят на рынок, – целевая аудитория которых пользуется Интернетом. Хотя также ясно, что «пользователь Интернета» – понятие слишком обобщённое для построения удачной маркетинговой тактики.

Вместе с тем вирусная реклама – очень эффективный инструмент, лучше всего работающий при ограниченной и чётко идентифицированной аудитории, вся она является целевой в полном смысле этого слова.

Можно выделить организации, для которых реклама данного типа наиболее подходит:

- производители и распространители продуктов быстрого потребления;
- производители и распространители ИТ-продуктов и всего, что связано с техникой и компьютерами;
- производители и распространители очень специализированных продуктов (например, снаряжение для дайвинга).

Вирусную рекламу чаще всего применяют представители бизнеса среднего класса, чем крупного. Крупные же фирмы чаще используют данный вид рекламы в русле каких-то специализированных рекламных кампаний, для воздействия на «проблемную часть» целевой аудитории, которая совсем не доверяет иным

видам рекламы. Интернет находится в постоянном развитии. Появляются новые целевые площадки. Новая эра Интернета – это создание контента пользователями, поэтому и для вирусной рекламы – золотое время.

Из всех видов вирусной рекламы всю большую популярность завоевывают «вирусные видеоролики», которые чем-то привлекают внимание потребителя, заставляя его поделиться интересной ссылкой и с друзьями.

Самая популярная ошибка тех, кто использует вирусную рекламу в своих интересах, заключается в неправильном понимании самого понятия «вирусный маркетинг». Это непрямоe рекламирование продуктов с применением грубых технологий.

Вторая ошибка – продолжительность ролика. Если вирусный ролик идёт дольше полутора минут, то до конца его смотрят меньше 10 процентов всех, кто смотрел данный ролик. Залог успеха вирусного ролика не в том, что в нём 10 раз покажут рекламируемый продукт, а в некоей изюминке (например, наличии юмора, какого-то конкретного смысла), что заставит клиента поделиться интересной находкой с друзьями.

Содержание вирусной рекламы направлено на желание человека поделиться с друзьями чем-то интересным, тем, что привлекло его внимание.

В вирусной рекламе гораздо шире используются интерактивные элементы. Один пользователь Интернета может прислать другому личное обращение Президента к адресату или ссылку на страницу, которая изображает новостной сайт, где говорится, что человек выиграл автомобиль.

Другой формой интерактива может быть реакция героев рекламы на действия пользователя, движения мышки, пользователь может вбить в специальное текстовое поле командное слово, к примеру «беги» и герой рекламы будет реагировать на него (бежать).

В заключение необходимо отметить, что сделанная правильно вирусная реклама может заинтересовать достаточно большую аудиторию и, соответственно, стать высокоэффективной.

Библиографический список

1. Асеева Е. Н., Асеев П. В. Рекламная кампания. – М. : Приор, 2001.
2. Каргер Г. Эффективная реклама. – М., 2001.

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ В ДИЗАЙНЕ РЕКЛАМЫ

А. Г. Епифанова
Южно-Уральский государственный университет,
г. Челябинск, Россия

Summary. The author reveals the «inner» commodity content by external context, what are the techniques of image creation.

Keywords: design; design-design; image; national and cultural peculiarities; compositional and graphical method; plot-important compositional center.

С точки зрения дизайн-проектирования реклама XXI века превращает желание потребителя купить в необходимость. Раскрывая созданный замысел проектировщика-дизайнера, рекламный продукт воздействует на желания, ценности и эмоции потребителя.

Изменения, происходящие в политической, экономической и социально-культурной сферах сегодня, способствуют увеличению роста межкультурной коммуникации между представителями различных этнокультурных традиций. В этой связи современному межкультурному обществу необходим постоянный поиск национально-культурных особенностей, раскрываемых в рекламе посредством дизайн-проектирования. То есть дизайн способен раскрывать «внутреннее» содержание товара путём внешнего контекста, каковым являются компоненты культурно-семиотического пространства, т. е. приёмы создания образа. «Существование национальных особенностей является общепризнанным фактом, они представляют характерное лишь для одного народа сочетание общенациональных признаков» [2, с. 162]. Иными словами, «об идеалах нации говорят её рекламные объявления» [1, с. 23].

В качестве примера рассмотрим современные рекламные сообщения.

Плоскостная реклама российской водки «Славянская». Функцию национального эксперта в данном рекламном сообщении выполняет дед Мазай, наливающий рюмку опоздавшему зайцу.

В рекламном сообщении применены следующие приёмы:

1. Композиционно-графический приём – «подстановка», где потребитель представляет себя на месте эксперта товара.

2. Приём выделения СВКЦ (сюжетно важного композиционного центра) на плоскости – расположение товара в одной из активных точек золотого сечения.

3. Приём создания образа – «использование сказки», т. е. рекламируемый продукт расположен на фоне сюжета русской сказки Н. А. Некрасова «Дед Мазай и зайцы». Это даёт нам возможность предположить о российской специфике данного продукта.

Кроме того, анализ графических элементов данного рекламного сообщения (цвет, форма, линии) и представление этой рекламы в ином социальном контексте позволяет нам сделать вывод, что данный рекламный продукт относится именно к российской культуре.

В плоскостной рекламе финской водки «FINLANDIA» применены следующие приёмы создания рекламного сообщения:

1. Композиционно-графический приём – «результат», позволяющий потребителю почувствовать вкус citrusовых фруктов после употребления финской водки «FINLANDIA».

2. Приём выделения СВКЦ (сюжетно важного композиционного центра) на плоскости – выделение товара на плоскости изображения с помощью контрового света.

3. Графический приём создания образа – «Использование цвета», т. е. предложенные цвета рекламного сообщения (искрящийся на солнце белый снег, льдисто-синяя поверхность залива, мшисто-зелёный цвет апельсинового дерева, ярко жёлтые плоды апельсина и кристально-чистая прозрачность рекламируемого напитка) дают нам возможность предположить, что данный продукт ориентирован на европейского потребителя.

Таким образом, проблема, волнующая современных дизайнеров, что дизайн становится чрезмерно интернациональным и адаптивным, на наш взгляд, не является актуальной. Так как, проанализировав данные рекламные сообщения, мы можем сделать вывод, что дизайн рекламы работает в той социокультурной среде, для которой он создавался, становясь принадлежащим к определённой культуре. То есть, для дизайна сегодня актуальна проблема создания национально-культурных моделей рекламного сообщения.

Библиографический список

1. Дрю Ж.-М. Ломая стереотипы. – СПб. : Питер, 2002. – 118 с.
2. Топка Л. В. Некатегоричность/Категоричность: лингвокультурологическое освещение // Концепты. Категории: языковая реальность : коллективная моногр. к юбилею профессора М. В. Малиновича. – Раздел II. – Гл. 5. – Иркутск, 2011. – С. 130–163.

III. CULTURAL-LEISURE ACTIVITY, ITS SOCIAL AND PERSONAL VALUE

СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА ТУРАГЕНТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Т. В Шевцова, С. О. Черномырдина
Институт сферы обслуживания
и предпринимательства – филиал Донского
государственного технического университета,
г. Шахты, Россия

Summary. In the article were synthesized the legal and theoretical approaches to determination the essence and specifics travel agency activity, travel agency in the Russian Federation.

Keywords. Travel agency activity; travel agency; travel agent.

Профессия турагента появилась на западе примерно в 50-х годах прошлого века как следствие расцвета индустриального общества и необходимости в массовом отдыхе с налаженными каналами сбыта. На наш взгляд, не следует путать два разных понятия: «турфирма» и «турагентство». Фактически, турфирма – это собирательное понятие всех компаний, так или иначе работающих в сфере туризма: турагентств, туроператоров и даже экскурсионных бюро. Хотя всё же туристы чаще всего турфирмами называют именно турагентства, что в корне неверно. В настоящее время турагентская деятельность – достаточно распространённый вид бизнеса в туризме. На 31.03.2014 г. в Общероссийском генеральном реестре туристических агентств зарегистрировано 12259 турагентств [5], однако в отличие от требования к туроператорам в части регистрации в Федеральном реестре туроператоров, турагенты в анализируемом реестре регистрируются добровольно и, очевидно, что их значительно больше.

Актуальность данного исследования состоит в анализе особенностей турагентской деятельности, в сравнении понимания её сущности в отечественной и зарубежной практике.

Производители туристического продукта – туроператоры – могут предоставлять свою продукцию как напрямую туристу, так и через посредников (турагентов). Основные задачи турагентства:

полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристским центрам и др.; продвижение этой информации с помощью рекламы; организация продажи туристского продукта в соответствии с современными методами торговли, а также используя специфику и особенности туристического рынка.

Таким образом, реализацией турпродукта, подготовленного туроператором, занимаются агентства, и не важно, является ли это агентство самостоятельным или представляет собой розничную сеть крупного оператора. Принципы организации работы турагентства практически одинаковы, какие бы туры это агентство не продавало, и к какой бы фирме или сети оно не относилось. Основная задача турагентства – это реализация турпродукта, получение прибыли в результате продажи по розничной цене, а приобретения по оптовой цене. В 2007 году после изменений в российском законодательстве турагентства формально являются посредниками, и продукт, который они продают, предоставляют туроператоры.

Для выявления сущности деятельности турагентства целесообразно рассмотреть как нормативно-правовые, так и теоретические подходы.

Сравнительно полное и точное определение посредника в туризме, которое лежит в основе большинства дефиниций исследователей в этой области, содержится в Международной конвенции по контракту на путешествия, заключённой в Брюсселе в 1970 г.: «Посредником является любое лицо, которое принимает на себя обязательства, закреплённые в посредническом контракте на продажу путешествия. В свою очередь, посреднический контракт на продажу путешествия – это любой контракт, в котором организатор путешествия поручает своему посреднику реализовать контракт на организацию либо одного, либо нескольких путешествий» [6].

Международная гостиничная конвенция касательно заключения контрактов владельцами гостиниц и турагентами от 15 июня 1979 г. содержит следующее определение: «Туристский агент – все единоличные коммерсанты или корпоративные органы (компании), признанные таковыми в соответствии с законодательством своих государств или национальной ассоциацией, или Международной федерацией, в чьи обязанности входит, в частности, бронирование номеров, а также другого вида услуг в гостиницах для размещения путешественников» [4]. Очевидно, что данный спектр услуг существенно разнится с видами услуг российских турагентств.

Федеральный закон № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» концептуально определяет турагентскую деятельность как деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемую юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагентом). При этом продвижение турпродукта понимается как комплекс мер, направленных на реализацию турпродукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и др.); а реализация турпродукта – как деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации турпродукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором [7].

Согласно ГОСТ Р ЕН 13809-2012 «Туристские услуги. Туроператоры и турагенты. Терминология» турагент/турагентство – это организация или индивидуальный предприниматель, продающие и резервирующие туристские услуги для путешественников/потребителей [2].

Согласно ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования», турагентство (турагент) – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие деятельность по продвижению и реализации туристского продукта (турпродукта) и/или отдельных туристских услуг на основании договора, заключённого с туроператором, сформировавшим турпродукт [1].

А. С. Кусков в статье «Правовой статус турагента» сделал попытку синтезировать теоретические подходы к раскрытию содержания понятия «турагент». Он пришёл к выводу, что «турагент – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие на основе заключённых договоров коммерческую деятельность по продвижению и реализации комплекса туристских услуг (комплексной туристской услуги, турпродукта), сформированных туроператором. А также деятельность по реализации дополнительных услуг, не входящих в указанный комплекс (рекламных, страховых, информационно-консультационных, паспортно-визовых и т. д.) [3].

Анализ показал, что все данные определения имеют право на существование, но их можно конкретизировать на основании ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования», где услуги турагентов подразделяют на следующие виды:

- продвижение туристского продукта;
- бронирование туристского продукта;

- реализация туристского продукта;
- бронирование отдельных туристских услуг, в том числе экскурсионных;
- реализация отдельных туристских услуг, в том числе экскурсионных;
- доставка туристских документов, билетов на транспорт различных видов, билетов на развлекательные, спортивно-зрелищные и досуговые мероприятия;
- предоставление туристам/экскурсантам необходимой и достоверной информации о турпродукте или отдельных туристских услугах, условиях путешествия, стране (месте) временного пребывания;
- прочие услуги [1].

Соответственно можно сформулировать следующее определение: турагентство (турагент) – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие деятельность по продвижению, бронированию и реализации туристского продукта, бронированию отдельных туристских услуг, в том числе экскурсионных, реализацию отдельных туристских услуг, в том числе экскурсионных, доставке туристских документов, билетов на транспорт различных видов, билетов на развлекательные, спортивно-зрелищные и досуговые мероприятия, предоставлению туристам/экскурсантам необходимой и достоверной информации о турпродукте или отдельных туристских услугах, условиях путешествия, стране (месте) временного пребывания и оказанию прочих услуг.

Таким образом, основными принципами организации работы турагентства являются: продуманный, эффективный, ориентированный на потребителя комплекс маркетинговых коммуникаций; наличие доступной телефонной связи (оптимальный вариант многоканальный номер с достаточным количеством линий), а также электронной почты; наличие высокоскоростного Интернета; квалифицированный персонал.

Естественно, что это наиболее общие принципы работы агентства. В зависимости от размеров агентства (или агентской сети), его специализации, опыта сотрудников, финансовых возможностей отдельные параметры могут меняться. Но в целом при эффективной работе агентства основные принципы остаются неизменными. Более того, общими требованиями к услугам турагентов являются: обязанность уведомить о начале осуществления своей деятельности орган государственной власти в соответствии с законодательством Российской Федерации и возможность

предоставлять услуги по реализации туристского продукта только на основании заключённого в письменной форме договора с туроператором, сформировавшим данный турпродукт.

В процессе исследования выявлено, что турагентская деятельность имеет свою специфику на туристском рынке, а анализ её сущности и специфики позволит выбрать наиболее оптимальные способы организации и ведения бизнеса.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования». – М. : Стандартинформ, 2013.
2. ГОСТ Р ЕН 13809-2012 «Туристские услуги. Туроператоры и турагенты. Терминология». – М. : Стандартинформ, 2011.
3. Кусков А. С. Правовой статус турагента // Справочно-правовая система «Консультант Плюс / Компания «Консультант Плюс» (дата обращения: 31.03.2014 г.).
4. Международная конвенция по контракту на путешествия. URL: www.lawrussia.ru/texts/legal_745/doc745a997x886.htm (дата обращения: 31.03.2014 г.).
5. Общероссийский генеральный реестр туристических агентств. URL: www.reestr-ta.ru (дата обращения: 31.03.2014 г.)
6. Международная гостиничная конвенция касательно заключения контрактов владельцами гостиниц и турагентами от 15 июня 1979 г. URL: www.kubsu.ru/documents/olimpic (дата обращения: 31.03.2014 г.)
7. Федеральный закон Российской Федерации от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 03.05.2012) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» / Компания «Консультант Плюс».

АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕКЛАМЫ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

А. К. Белавина

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, г. Санкт-Петербург, Россия

Summary. Animation work is a form of advertising and is able to attract the attention of potential customers of hotel-tourist complex. Internet advertising is the most direct marketing tool.

Keywords: advertising; animation activities; hotel and tourist complexes; hospitality; needs of holidaymakers.

В настоящее время современные туристические предприятия заинтересованы вкладывать материальные средства в развитие сферы анимационных услуг, т. к. зрелищные

анимационные программы являются одним из инструментов рекламы и способствуют увеличению продаж продукта индустрии гостеприимства, в частности путевок гостинично-туристских комплексов. В связи с этим у организаторов культурно-досуговых мероприятий встаёт не только вопрос о повышении качества услуг в системе туристского досуга, но и задача создания эффективного рекламного продукта, результатом которого будет как увеличение числа продаж путевок, так и привлечение новых и повторно отдыхающих туристов.

Согласно В. Н. Третьяковой под анимацией понимается разработка и предоставление специальных программ проведения свободного времени; организация развлечений и спортивного проведения досуга, причём анимационный сервис – это деятельность по формированию, продвижению и реализации анимационных программ разного назначения, обеспечивающих интересные, развивающие и духовно обогащающие досуговые программы туристского пребывания [5].

Так, например, по мнению Н. И. Гаранина и И. И. Булыгиной, «анимация» является новым направлением в туризме, которое призвано «вдохнуть душу» в туристские программы и тем самым привлечь к ним участников [1].

Анимационную деятельность, на наш взгляд, следует трактовать (согласно Л. В. Курило) как совокупность социально значимых действий личности, направленных на интенсивное осознанное её взаимодействие с окружающей средой и освоение социокультурных ценностей, в процессе удовлетворения релаксационно-восстановительных, культурно-образовательных и культурно-творческих потребностей и интересов.

Цель, которую преследуют анимационные программы, это реализующееся в условиях отельного отдыха создание условий, при которых отдыхающие эффективно используют своё свободное время, продвигаясь от отдыха и развлечений, предполагающих физическое и психоэмоциональное восстановление, к творчеству и социальной активности в указанной сфере, получая от этого удовольствие [2].

Несмотря на то, что рынок туристских услуг наполнен огромным количеством не только экскурсионных, но и анимационных программ, культурно-досуговые мероприятия в индустрии гостеприимства требуют широкой рекламы для отечественных потребителей.

Реклама является прямым инструментом маркетинга и способствует увеличению объема продаж нового продукта, что подтверждается результатами исследований в области рекламы, которые проводили Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг, Ж.-Ж. Ламбен, Э. Дж. МакКарти, П. Дойль, Т. Амблер, Дж. Бернет, С. Мориарти и др.

В настоящее время исследования эффективности рекламы в индустрии гостеприимства находятся на стадии зарождения, т. е. ощущается недостаток научных исследований по этому вопросу.

Сама по себе анимация уже является своеобразной формой рекламы, в которой специалист социально-культурного сервиса активизирует досуговую деятельность через организацию общения с туристами и отдыхающими, что при условии высокого профессионального подхода повышает доходность и прибыльность сферы обслуживания.

К традиционным задачам рекламной деятельности гостиничных услуг посредством анимации можно отнести три наиболее важные [3]:

1. Через положительные оценки выделить отельный отдых (а также анимационный сервис как основа рекламы гостиничных услуг) из числа аналогичных, тем самым привлекая к нему внимание и создавая некую моду на данный вид услуг.

2. Представить анимационную деятельность в рамках отельного отдыха как соответствующую высоким стандартам (причём с этой целью важно провести уподобление рекламируемого анимационного сервиса лучшим образцам, имеющимся на рынке).

3. Преподнести рекламируемые анимационные услуги в наилучшем виде, чтобы вызвать к ним интерес.

Важно отметить, что сама по себе анимационная деятельность в структуре отельного отдыха осуществляется между аниматором и отдыхающими через общение и взаимодействие посредством интерактивных мероприятий и шоу-программ и является сильнейшим психологическим регулятором социальных отношений между ними [6]. В этом аспекте реклама гостиничных услуг или отельного отдыха посредством различных видов анимационной деятельности рассматривается не как экономическая деятельность, обеспечивающая получение прибыли, а как источник многочисленных социальных контактов, внутри которых создаются близкие доверительные отношения

между командой анимации (которая представляет интересы производителей рекламных услуг индустрии гостеприимства) и их потребителями (отдыхающими).

При условии профессионализма аниматоров, которые делают увлекательными и насыщенными дни отдыха клиентов с помощью интересных анимационных программ, в восприятие потребителя гостиничных услуг вбираются приятные впечатления в виде позитивных образов проведённого в отеле времени, что стимулирует внутреннюю мотивацию отдыхающих купить путёвку в данный гостинично-туристский комплекс вновь, причём уже со своими друзьями. Т. е. главными задачами анимационной деятельности гостинично-туристских комплексов является привлечение потенциальных клиентов и тем самым охват наибольшего сегмента рынка [4].

Владение знаниями о потребностях отдыхающих и их учёт при формировании рекламы анимационных программ как важные составляющие части рекламы индустрии гостеприимства создают близкие отношения с потребителями гостиничных услуг, что развивает прочную взаимосвязь с производителями рекламы и делает коммуникацию потребителями более эффективной. Таким образом, анимационную деятельность внутри отельного отдыха можно отнести к одному из видов маркетинговых коммуникаций, которые выступают как специфическая форма рекламной деятельности индустрии гостеприимства и стимулирует продажу путевок в определённый отель или пансионат.

Библиографический список

1. Гаранин Н. И., Булыгина И. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации. – М. : Турист, 2008. – 128 с.
2. Курило Л. В. Теория и практика анимации. – Ч. 1. Теоретические основы туристской анимации : учеб. пособие. – М. : Турист, 2009. – 195 с.
3. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с.
4. Тимофеев О. Н. Анимационная деятельность в индустрии гостеприимства : учеб. пособие для вузов. – Уфа, 2005.
5. Третьякова Т. Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для вузов. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 272 с.
6. Ярошенко Н. Н. Социально-культурная анимация : учеб. пособие. – М. : РЗИ МГУКИ, 2009. – 126 с.

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СРЕДСТВО МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ТУРИЗМЕ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ И ПРОБЛЕМЫ

Э. М. Абдуллаев
Белгородский государственный
институт искусств и культуры,
г. Белгород, Россия

Summary. This article shows the specifics of exhibition activity in tourism. A classification of exhibitions, refined their views. The process of participation of a travel company in the exhibition.

Keywords: trade; tourism; exhibition activities

В туристской отрасли выставки являются одним из средств маркетинговых коммуникаций. Выставочные мероприятия занимают одно из главных мест в туристическом маркетинге, предоставляя туристическим организациям возможность одновременного распространения и получения необходимой информации для расширения рынка сбыта. Они помогают правильно сориентироваться в ценовой политике, оценить развитие отрасли, перенять опыт коллег и, конечно же, получить экономический эффект от участия, который может выражаться как в расширении клиентской базы туристской фирмы, так и в количестве заключённых договоров с турагентствами и поставщиками туристских услуг.

Выставочная деятельность – это, с одной стороны, огромный эффектный спектакль и тяжёлая, кропотливая, ежедневная работа – с другой. Эта работа включает сбор аналитической и статистической информации, подготовку необходимого оборудования и пр. Выставочная деятельность позволяет использовать все доступные способы освоения рынка и достижения высочайшего результата деятельности фирмы.

Участие в туристических выставках – лучший способ для специалистов турбизнеса быть в курсе событий и тенденций. Причём как в международных и всероссийских, так и в региональных. Крупные туроператоры могут напрямую встретиться с агентствами, продающими в розницу их продукт, выслушать предложения и пожелания. А агентства, в свою очередь, навести, прямые контакты с компаниями-грандами.

Ценность исследований на проводимых выставках состоит в том, что они [1, с. 27]:

- дают возможность получить большой объём данных быстрее и дешевле, нежели в обычных условиях;

- позволяют достичь углубленного понимания рыночной ситуации, не ориентируясь на затратный и долговременный массовый сбор данных;

- позволяют отслеживать динамику различных показателей, а число таких трендов может быть достаточно велико, поскольку выставки проводятся с определённой периодичностью и по конкретной тематике;

- позволяют определить новые тенденции в развитии рынка, выявить образовавшиеся ниши и сосредоточить внимание на изучении тех сегментов, которые представляются самыми перспективными.

Таким образом, участники выставки образуют вполне конкретное сообщество и обладают огромным объёмом самой разнообразной и надёжной маркетинговой информации.

В туристском бизнесе сегодня используются понятия, общие для всей выставочной деятельности, такие как «выставка», «ярмарка», «биржа» и т. п. В настоящее время эти термины приобрели достаточно близкое смысловое значение и нередко используются как синонимы, что позволяют приобретённые ими в ходе эволюции выставочной деятельности схожие признаки и характеристики деятельности:

- направленность на целевое распространение информации о производимых услугах / продукции в целях их продвижения на внутренние или внешние рынки, ограниченная продолжительность работы, периодическое проведение в конкретных местах и т. д.

Несмотря на такие схожие черты, как адресованность определённому рынку, ограниченная продолжительность, периодическое проведение в конкретных местах, эти понятия в туристической сфере несколько различны.

В мире проводится достаточно много выставочных мероприятий, так или иначе связанных с туризмом. При этом все выставки условно можно разделить на несколько видов [2, с. 167]:

1. Отраслевые выставки – строго по направлению деятельности. Это, прежде всего, специализированные туристские выставки, ярмарки, биржи.

2. Косвенные выставки, т. е. относящиеся к другой отрасли, но предполагающие раздел по туристской деятельности;

3. Общие, когда на выставке определяется общий уровень развития направлений по нескольким отраслям сразу.

Кроме выставок и ярмарок существует ещё ряд мероприятий выставочного характера, имеющих место в индустрии туризма, каждый из которых имеет свои особенности.

Салон представляет собой демонстрацию туристского продукта оптовым посредникам с помощью различных средств печатной рекламы.

Биржа представляет собой коммерческое выставочное представление и реализацию турпродуктов на рынке. На бирже устанавливаются деловые контакты, подписываются соглашения между производителями туристских услуг и их продавцами.

Турмагазин представляет собой специализированный магазин для продажи турпродуктов на рынке. Турмагазины осуществляют оптово-розничную продажу собственного продукта и продукта других фирм-туроператоров на основании агентских соглашений, а также предоставляют справочную информацию клиентам о продуктах.

Конференция представляет собой демонстрацию передового опыта в сфере туристской деятельности.

Выставки, в которых участвует гостиничный бизнес, можно разделить на две основные группы. Первая – это общие туристические выставки, на которых помимо гостиниц представлены и остальные направления туризма. Вторая группа – собственно гостиничные выставки, где больше внимания уделяется технической составляющей: оборудованию для отелей, мебели для отелей, технологиям обучения персонала в отелях.

Для того чтоб участие в выставке было более эффективно, необходимо тщательно распланировать всё до мелочей. Процесс организации выставки представляет собой кропотливый комплекс организационных, договорных, дипломатических мероприятий [4, с. 61].

Процесс участия туристической фирмы в работе выставки можно условно подразделить на ряд этапов [3, с. 97]:

- 1) принятие принципиального решения об участии в выставке/ярмарке;
- 2) выявление целей участия фирмы в работе выставки;
- 3) выбор конкретной выставки, в работе которой будет участвовать фирма;

- 4) подготовительно-организационный период;
- 5) разработка тематического плана экспозиции и сметы участия в выставке;
- 6) работа в процессе действия выставки;
- 7) подведение итогов участия фирмы в работе выставки после её окончания.

Решение об участии в выставочных мероприятиях говорит о высоком уровне туристической фирмы в своей сфере деятельности. Так же участие в работе выставки требует вложений значительных средств, что может позволить себе не каждая туристическая фирма.

На современном этапе экономических преобразований в Российской Федерации выставочно-ярмарочная деятельность превратилась в заметный сегмент рынка. В стране создана выставочная индустрия, тесно связанная с рядом отраслей промышленности, имеющая собственную инфраструктуру, материально-техническую базу, специализированные кадры.

Итак, выставочная деятельность в сфере туризма – очень важное направление в создании наиболее благоприятных для компании условий бизнеса. Она представляет собой целую отрасль, где порой самые незначительные мелочи могут сильно дискредитировать имя компании или наоборот, поднять его на мировой уровень.

Необходимо заметить, что выставочная деятельность имеет ряд тонких моментов, особых условий, приоритетов и правил. На первый взгляд, в проведении выставки нет ничего сложного. Но на самом деле это скрытая от глаз громадная подготовительная работа, сбор аналитической и статистической информации, подготовка необходимого оборудования и прочее. Как было отмечено выше, выставочная деятельность является одним из способов рекламы фирмы, её продукции и услуг.

Библиографический список

1. Выставки России: цифры и факты // Удача-Экспо. – 2007. – № 3. – С. 27–29.
2. Ильина Е. Туроперейтинг: организация деятельности : учебник. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 256 с.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / под ред. В. А. Алексунина. – М. : Маркетинг, 2004. – 516 с.
4. Назаренко Л. Ф. Выставка как инструмент маркетинга. – М. : Филинь, 2004. – 165 с.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНО-ПРАВОВАЯ БАЗА КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Н. В. Ефремова, О. Н. Гененко
**Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия**

Summary. This article analyzes the basic regulations in force in the Belgorod region and aimed at creating favorable conditions for tourism development, meeting the needs of the region's population in the full, active vacation.

Keywords: tourism Policy of Russia; legislative framework; government regulation of tourist activities.

Туристская политика России как совокупность правовых, организационных, социальных, экономических и иных мер, способов государственного регулирования, осуществляемых президентом РФ парламентом и Правительством РФ, органами государственной власти РФ и её субъектами, является составной частью внутренней и внешней политики РФ.

Её цель – обеспечение конституционного права граждан России на отдых и досуг, свободу передвижения, охрану и иных прав при совершении путешествий посредством создания в России конкурентоспособной туристской индустрии, способной к саморазвитию и обеспечению высокого уровня жизни россиян.

Основополагающим фактором и необходимым условием функционирования, развития и регулирования туристской отрасли в Российской Федерации является законодательно-правовая база. Формирование законодательной базы туризма берёт своё начало в субъектах федерации.

В Белгородской области реализуется Постановление правительства области от 23 октября 2010 года № 346-пп, утвердившее целевую Программу «Развитие сельского туризма в Белгородской области на 2011–2013 годы».

Её цель – создание благоприятных условий для развития сельского туризма, обеспечение потребностей населения области в полноценном, активном отдыхе. Кроме того, Программа направлена на повышение занятости сельского населения, привлечение инвестиций на создание региональной инфраструктуры, а также воспитание бережного отношения к культурному и природно-историческому наследию Белгородчины.

В рамках указанной Программы реализуются такие проекты, как создание туристского комплекса «Под защитой четырёх крепостей» в Красногвардейском районе, строительство и обустройство двух туристских комплексов в Грайворонском и Прохоровском районах.

Кроме того, Программой предусмотрено создание условий для отдыха и оздоровления на базе региональных объектов сельского туризма детей и молодёжи, а также социально незащищённых категорий населения.

В рамках Программы в Белгородской области ведётся разработка туристских маршрутов и туристских паспортов муниципальных районов и городских округов. Создаётся база данных субъектов сельского туризма, проводятся обучающие семинары, разрабатываются методические рекомендации для органов местного самоуправления, хозяев туристских подворий.

С целью привлечения жителей области в сферу сельского туризма решаются проблемы финансирования, в том числе возможности кредитования с применением гарантий и субсидирования, а также, выделение безвозвратных грантов на создание собственного бизнеса.

Общий объём финансирования Программы составляет 107 миллионов рублей, из которых 7,7 миллиона будут направлены из областного бюджета, а остальные средства – из внебюджетных источников финансирования. Координирует выполнение Программы департамент экономического развития области. Администрациями муниципальных районов и городских округов адаптируют Программу развития сельского туризма под местные условия и реализуют её.

В Белгородской области активно развивается туризм для школьников. Правовая база школьного туризма – Программа развития школьного туризма для учащихся Белгородской области «Моя Родина – Россия. От родного Белогорья – к святыням Отчизны». Основная цель программы заключается в создании условий для освоения учащимися духовных и культурных ценностей своей Родины, формирования их нравственных качеств, воспитания уважения к истории, культуре своего народа, пропаганды здорового образа жизни средствами туризма, которые обеспечивают всестороннее развитие личности и её эффективную самореализацию в обществе.

Осуществление запланированных мероприятий в определённой степени обеспечит увеличение налоговых поступлений

в городской бюджет, рост инвестиций на развитие туризма, сохранение и развитие природного и культурного наследия, рост занятости населения.

В процессе практической организации и реализации туристской деятельности в Белгородской области, равно как и во всей России, базовыми являются нижеследующие законодательно-правовые акты.

Федеральный закон 1996 г. № 132-ФЗ в редакции 2009 г. № 365-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определяет принципы государственной политики, нацеленные на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации. Он также регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий. И обеспечивают порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации.

На современном этапе бурное развитие получает региональный туризм, решающий проблемы занятости населения, развития инфраструктуры, сохранения, трансляции и развития традиционных форм народной культуры, памятников культуры и зодчества.

Таким образом, приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности, являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодельного туризма, а также обеспечение соблюдения прав и свобод российских граждан при посещении иностранных государств.

В последнее десятилетие интерес государства в отношении туристской сферы значительно возрос, о чём свидетельствуют периодически появляющиеся законодательно-правовые акты, нацеленные на совершенствование этого феномена современности.

Библиографический список

1. Белецкая Е. А., Мешков В. А., Товолжанская Н. В. Брендирование объектов сельского туризма в Прохоровском районе (на примере Белгородской области) // Молодой ученый. – Херсон : Издательский дом «Гельветика». – 2014. – № 1–1 (04). – С. 22–26.
2. Ефремова Н. В., Гененко О. Н. Гостиничный менеджмент как способ управления в современных социокультурных условиях // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова. – 2013. – № 6. – С. 219–222.

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА НА БЕЛГОРОДЧИНЕ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ¹

Е. А. Белецкая, Е. Г. Носова, М. Д. Акоюн
Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия

Summary. This paper addresses the problem of the development of event tourism in the Belgorod region as well as the role of cultural institutions in the development and organization of event tourism.

Keywords: event tourism; cultural institutions; Belgorod; socio-cultural sphere.

На сегодняшний день одной из самых активно развивающихся и перспективных сфер, как в мировой практике, так и в России, является сфера туризма, в связи с этим социально-экономическая значимость сферы туризма значительно возрастает. Динамика развития сферы туризма положительно влияет на повышение уровня и качества жизни населения.

В условиях модернизации российского государства актуализируется проблема разработки новых механизмов региональной культурной политики, соответствующей социокультурному вектору развития страны и способствующей политической стабильности, успеху социально-экономических преобразований, укреплению гражданского общества.

На современном этапе в Белгородской области разработана Стратегия развития сферы культуры Белгородской области на 2013–2017 годы, которая представляет собой совокупность целевых установок, взглядов, принципов и приоритетов в деятельности Правительства Белгородской области, других органов государственной власти и органов местного самоуправления в сфере культуры.

В рамках реализации Стратегии осуществляются следующие программы:

– областная программа «Сохранение и развитие народных художественных промыслов и ремесел, поддержка производства сувенирной продукции на территории Белгородской области на 2010–2014 годы»;

– долгосрочная целевая программа «Государственная охрана и сохранение объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) Белгородской области на 2012–2016 годы» и др.

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ: проект 14-12-31010 а(р).

В области имеются предпосылки для развития индустрии туризма. Развитие индустрии туризма тесно взаимосвязано с такими отраслями экономики, как транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство, промышленность. Это способствует повышению качества жизни населения в целом.

Развитие индустрии туризма, обуславливает развитие региональной экономики. С одной стороны, регион выступает в виде комплексного ресурса для устойчивого функционирования и развития туризма, с другой – создаёт предпосылки для экономического подъёма региона.

Белгородская область обладает всеми необходимыми ресурсами для развития индустрии туризма:

1. Природно-климатические ресурсы (озёра, леса, реки, парки, заповедники).

2. Лечебные и оздоровительные ресурсы:

– «Красиво» (Борисовский район);

– «Дубравушка» (Корочанский район);

– «Красная поляна» (Валуйский район) и т. д.

3. Ресурсы, способствующие развитию физкультуры и спорта – стадионы, спортивные комплексы, плавательные бассейны, как, например:

– «Олимпия» (лыже-ролерная трасса).

– Спортивно-оздоровительный комплект «Парус» (п. Разумное).

– Белгородская академия тенниса Шамила Тарпищева.

– Ледовая арена «Оранжевый лёд».

– Дворец спорта «Космос».

– Спорткомплекс им. Светланы Хоркиной и др.

На основе исследования Л. Н. Борисоглебской, А. А. Польшиной и И. В. Богомазовой были выявлены основные факторы развития туризма Белгородской области:

– область имеет структуру экономики, благоприятную для интенсивного роста и обеспечения устойчивого развития региона;

– туризм признан одним из приоритетов регионального развития; для этого имеется ряд благоприятных условий, обусловленных уникальным природным и культурным потенциалом и приграничным положением Белгородской области;

– в настоящее время туризм является слаборазвитым сегментом экономики региона; структура туристского рынка имеет территориальные диспропорции, слаба материально-техническая база туризма, ощущается дефицит инвестиций на модернизацию его инфраструктуры, низка информационная доступность туристского потенциала региона;

– сложились предпосылки для качественных преобразований в отрасли путём повышения эффективности государственной региональной политики в области туризма, формирования стратегического планирования туризма на основе системного подхода, внедрения программно-целевых методов управления [2].

Белгородская область имеет приграничное положение, что способствует не только развитию внутреннего и выездного туризма в области, но и развитию внешнеэкономической деятельности. За полувековое существование в Белгородской области сформировался солидный экономический, научно-технический и интеллектуальный потенциал [3].

Белгородская область одна из самых молодых областей в России (она образована в 1954 г.). В состав области входят 19 муниципальных районов, 3 городских округа, 25 городских и 260 сельских поселений.

Проанализируем вклад в развитие сферы туризма отдельных районов Белгородской области.

Грайворонский район образован 3 октября 1989 года по указу Президиума Верховного Совета РСФСР «Об образовании в составе Белгородской области Грайворонского района». На современном этапе Грайворонский район занимает заметное место в развитии экономики области. Он стал пионером в Белгородской области по реализации программы сельского туризма, находясь в постоянном поиске социального партнёрства, новых путей активного отдыха на селе, дополнительных услуг, а значит и весомого пополнения районного бюджета.

На данный момент 40 сельских подворий, дворов и усадеб Грайворонского района уже принимают гостей:

- сельский дом знатока народной и православной культуры «Веряняночка»; усадьба «Крестьянское подворье на Ворскле»;
- заимка лесника «Лесная»;
- домашний зоопарк «Птичий рай»;
- дом гармониста «У Прокопа»;
- двор пасечника и винодела «Петровки»;
- двор травницы «Шатоха»;
- мини-комплекс для отдыха «Лебёдушка» и др.

В рамках событийного туризма на территории Грайворонского района проходили мероприятия посвящённые празднованию Масленицы (с 24 февраля по 2 марта 2014 года).

Бренд, имидж и репутация Грайворонского района сегодня являются ключевыми элементами стратегического плана района.

Проведение комплексной, целенаправленной политики становится необходимым для сохранения притягательности территории для туристов и инвесторов.

Положительная динамика наблюдается и в проведении событийных туров. 14 августа традиционно проводится Международная Грайворонская ярмарка «Хуторская – Медовая», приуроченная к православному празднику Медовому Спасу и Дню сельского туризма.

Ракитянский район обладает богатым природным, культурно-историческим и этнографическим потенциалом, имеет большие возможности для развития сельского туризма. Этот район с центром в селе Ракитное был образован постановлением Всесоюзного ЦИК от 30 июля 1938 года и по 1934 год район входил в состав центрально-Черноземной области, а с 1954 года – в составе Белгородской области.

В Ракитянском районе реализуется долгосрочная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Ракитянском районе на 2013–2017 годы». Благодаря этому, предполагается к 2017 году увеличить количество туристов на 5–9% и в сфере регионального туризма будет задействовано около 5000 человек.

Ракитянский район по итогам проведения II Всероссийской открытой ярмарки событийного молодежного туризма занял почетное второе место.

Таким образом, Белгородская область обладает достаточно хорошей ресурсной базой для развития индустрии туризма, в том числе таких видов туризма, как событийный, культурно-познавательный, сельский, рекреационный и др. Благоприятствует этому и выгодное географическое положение, богатое культурно-историческое наследие. Развитие индустрии туризма способствует развитию экономики региона, в частности созданию новых рабочих мест. Одновременно повышается инвестиционная привлекательность области.

Библиографический список

1. Фортова О. А., Белецкая Е. А. Туристско-экскурсионные услуги на Белгородчине: современное состояние // Культура и образование : электронный научно-практический журнал. – 2014. – № 2 (6). – С. 38.
2. Борисоглебская Л. Н., Польшина А. А., Богомазова И. В. Индустрия туризма – перспективная составляющая социально-экономического развития Белгородской области // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2008. – № 5 (45). – С. 270–276.

3. Яковенко О. В. Внутренний и въездной туризм – приоритетные направления социально-экономического развития территории Белгородской области // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6. URL: [www.science-education.ru /106-7898](http://www.science-education.ru/106-7898)– <http://bgcent.ru/publishing-activity/672/680.html>.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Е. В. Харьковская, Г. Н. Тутаева
**Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия**

Summary. Archaeological tourism – a kind of tourism, the aim of which is to visit the area, connected with archeology and archaeological excavations aimed at familiarization with the cultural and historical sites, architectural monuments. In the Belgorod region has all opportunities for the development of archaeological tourism. There are hundreds of monuments worthy of inclusion in the tourist routes: ancient settlements, fortifications, mounds, etc.

Keywords: archeological tourism; Belgorod region.

В современной жизни мирового сообщества туризм играет всё более важную роль в силу своего непосредственного воздействия, как на социальную, так и на экономическую сферы. В России развиваются различные виды туризма: познавательный, водный, экологический, сельский, конгрессный и в том числе археологический. Археологический туризм пока ещё является новой и экзотической разновидностью туризма. В настоящее время он завоевывает большой успех среди туристов. В основном эта разновидность туризма больше пользуется спросом за рубежом, а в России начал развиваться сравнительно недавно. Археологический туризм – это разновидность туризма, целью которого является посещение местности, связанной с археологией и археологическими раскопками. Данный вид туризма направлен на ознакомление с культурно-историческими достопримечательностями, архитектурными памятниками. Археологический туризм в России при правильном его развитии имеет все шансы стать популярным. В нашей стране он только набирает обороты, говорят эксперты. Но уже смело можно говорить о положительных эффектах. Но почему же этот вид туризма так плохо развит в Белгородской области? Для того чтобы ответить на этот вопрос, следует выявить некоторые проблемы развития археологического туризма.

Ряд регионов страны, в числе которых и Белгородская область, имеют успешный опыт в развитии археологического

туризма. Белгород – современный город, имеющий огромный потенциал для развития различных видов туризма. История, культура, климатические условия, разнообразие традиций – всё это сплелось в причудливый узор, привлекательный для искателей приключений со всех уголков земли. На территории Белгородской области есть все возможности для развития археологического туризма. Насчитывается сотни архитектурных памятников, достойных включения в туристические маршруты: древние городища, оборонительные сооружения, курганы, шляхи и т. д. На территории Белгородской области люди жили десятки тысяч лет назад. А если проехать по области, складывается впечатление, что цивилизация здесь зародилась только после крещения Руси.

Для того чтобы развить в области туризм по действительно интересным археологическим памятникам нужно:

1. Отметить на местности охранными знаками все археологические памятники, внесённые в госреестр, оборудовав охранные знаки табличками с указанием радиуса охранной зоны от этого знака.

2. При ближайших к археологическим памятникам школах организовать музеи, передав этим музеям из запасников других музеев предметы (пусть не самые ценные), найденные археологическими экспедициями именно в этом селе. Также необходимо организовать при каждом таком музее клуб любителей истории. Сейчас в области несколько тысяч активных людей, которые с удовольствием и бесплатно помогали бы и в развитии музеев, и в оборудовании археологических памятников.

3. Со временем рядом (не в охранной зоне) можно будет выстроить копии древних поселений и жилищ разных эпох. К примеру, рядом с городом Шебекино есть Крапивенское городище, в красивейшем месте, на высоком утёсе древней реки Корень. Жили там и скифы, и русичи, и хазары. Ещё одним из таких археологических памятников в Белгородской области на сегодняшний день является исторический город-крепость Болховой (Болховец), основанный в 1646 г. Он был одним из русских городов-крепостей Белгородской черты на территории современного Белгородского района. Если выстроить копии древних поселений и жилищ в этих достопримечательных местах, это будет одна из основных туристических достопримечательностей области.

4. Организовать туристические маршруты в форме анимационного проекта, так называемой «живой археологии», способствующие привлечению туристов к участию в полевых (прежде всего раскопках) и камеральных археологических работах. Это не толь-

ко укрепит знания туристов, но и придаст иной импульс развитию краеведческого самосознания населения Белгородской области.

Для выявления проблем, прежде всего, следует провести анализ археологического туризма как нового направления деятельности туроператоров, а также оценить нужную туристскую инфраструктуру, необходимую для успешной реализации этого вида турпродукта на территории Белгородского региона и выявить, соответственно, потенциальных поставщиков, требующихся туристских услуг.

Для начала рассмотрим общие характеристики археологического туризма как нетрадиционного вида туризма.

Археологический туризм – это участие в настоящих археологических экспедициях. Это разновидность туризма, направленного на ознакомление с культурно-историческими достопримечательностями, архитектурными памятниками, геологическими памятниками природы, музеями, местами раскопок, а также на посильное содействие их сохранению.

Существует археологический туризм для людей, которые не являются историками, геологами или археологами, но желают принять участие в настоящей археологической экспедиции, прикоснуться к тайнам истории, найти древние артефакты и клады, разгадать загадки ушедших времён.

В разных странах и регионах данный вид туризма находится на различных стадиях развития. Где-то он уже успешно реализуется, а где-то находится лишь на стадии внедрения.

Археологический туризм в Белгородской области, как и по всей России, развит слабо в связи с только недавним проникновением в нашу страну этого вида туризма. Но с каждым годом открывается всё больше территорий археологического предназначения. Если развить этот вид туризма в Белгородской области, область привлечёт большой поток туристов.

Благодаря развитию археологического туризма будет происходить всё большее привлечение туристов не только нашей страны, но и иностранных граждан. В связи с этим в Белгородской области будет повышаться экономическое состояние.

Библиографический список

1. Глушаков М. Я. Тропы земли легендарной : туристский путеводитель по Белгородчине. – Воронеж : Центрально-черноземное книжное издательство, 1972. – 52 с.
2. Жулина Т. Н., Жизняков А. Л. Особенности развития туризма в малых городах России // Экономика и финансы. – 2003. – № 10 (32). – С. 51–53.

3. Наследие Белогорья : альманах / В. В. Романенко, Т. В. Васильева и др. – Белгород : Упр. культ. Белгор. обл.; Белгор. гос. историко-краев. музей, 2006. – 172 с.

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ: ТИПОЛОГИЯ И ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

А. А. Солтанмамедов
**Белгородского государственного институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия**

Summary. This article examines rural tourism as a form of tourism. Given detailed characteristics, reveals the main approaches to the study of rural tourism in a narrow and in a broad sense.

Keywords: rural tourism; tourist product; territory.

Современная трактовка сельской местности основывается на следующих характеристиках, которые подчёркивают её отличие от городской местности: плотность населения, размер населённых пунктов, степень разреженности поселений; структура занятости населения, доминирующие отрасли хозяйства; образ жизни населения, его менталитет и традиции.

Рассмотрение туризма в сельской местности (или сельского туризма в широком смысле слова) требует подробной характеристики каждого вида туризма, попадающего в круг исследования по признаку локализации. К видам туризма, имеющим непосредственную связь с сельской местностью, можно отнести сельский туризм (в узком смысле слова), экологический туризм, этнографический туризм, частично натуралистический и познавательный туризм, разновидности лечебного и спортивного туризма и др.

Сельский туризм – особый вид туризма, объединяющий формы организованного и неорганизованного отдыха туристов в сельской местности в целях приобщения к сельской природе, знакомства с сельским образом жизни, с традициями ведения сельского хозяйства (на профессиональном и непрофессиональном уровне). В этом случае приток туристов в сельскую местность объясняется их действительным желанием провести свободное время на лоне агроландшафтов, почувствовать специфику сельского быта и организации досуга, научиться общаться и даже работать вместе с сельскими жителями.

Сельский туризм выделяется как самостоятельный вид туризма на основе особых форм досуговых занятий (например, уход

за домашними животными, проба блюд местной кухни, прогулки и пикники в сельской местности) и мотивации совершения туристских поездок (знакомство с сельской местностью и сельским образом жизни).

Сельский туризм (в узком смысле слова) тесно связан с другими видами туризма, развивающимися в сельской местности. Подчас связь между ними настолько тесна, что можно говорить об их сращивании. Более того, в отдельных случаях именно сторонние виды туризма инициировали развитие сельского туризма. Например, именно таким образом был налажен приём сельских туристов в графствах Йоркшир, на родине всемирно известных сестёр Бронте, или Уилтшир, на территории которого расположена крупнейшая мегалитическая культурная постройка Стоунхэндж, датируемая III–II в. до н. э.

В Ирландии развитие сельского туризма шло интенсивней также в районах расположения памятников первобытных времён – дольменов, кромлехов и гробниц. Подъём сельского туризма в прибрежных зонах Норвегии можно уверенно связать с высокой заинтересованностью туристов в посещении фьордов (объект натуралистического туризма).

Сельский туризм можно рассматривать в узком и широком значении. В узком значении под сельским туризмом следует понимать проведение различных мероприятий:

- спортивных, оздоровительных, культурно-развлекательных;
- направленных на создание благоприятных социальных условий в сельском хозяйстве (прежде всего, занятость местного населения);
- на повышение эффективности основного производства (за счёт перелива капитала);
- на обеспечение оптимальной конкурентной среды на туристском рынке (на базе развития промышленного производства дичи для спортивной охоты, рыбоводства, коневодства и конного туризма).

В широком значении сельский туризм можно рассматривать как доминирующую ключевую отрасль в территориальном аспекте, когда остальные отрасли (дорожное хозяйство и транспорт, снабжение продовольствием и торговля, народные ремесла и культурологические мероприятия) подстраиваются технологически под соответствующую природно-рекреационную среду – это один подход.

Другой подход в толкования сельского туризма состоит в том, что проводится аналогия между данным видом туризма и экологическим комплексом. Разница состоит лишь в том, что экологическая зона рассматривается как база, основа для развития аграрного туризма, цель которого удовлетворение определённых потребностей населения и получение при этом определённого размера прибыли.

Естественно, что в этом случае отрасли, которые находятся в конкретном рекреационном районе, в акватории бассейна реки, развивают своё производство лишь до нормативного предела, максимизируется лишь целевая функция – стоимость туристских услуг.

В зависимости от территориального положения той или иной сельской местности можно выделить условные географические типы сочетаемости сельского туризма с другими видами туризма:

- континентальный тип туризма охватывает значительные внутренние территории, не имеющие выхода к морю. Он характеризуется преимущественным сочетанием сельского туризма с познавательным и спортивным (Альпийский регион) туризмом;

- приморский тип отличается сочетаемостью сельского, познавательного и купально-пляжного туризма (южное побережье Испании, Франции, Италии);

- островной тип – туризм, в котором доминирует сочетание сельского и купально-пляжного туризма (Балеарские и Канарские острова, Кипр, Мальта, греческие острова Эгейского моря).

Для оценки сельского туризма как туристического продукта, важны достопримечательности, жильё, деревенская еда, развлечения.

Для оценки и формирования спроса на сельский туризм важно понять, чего ищут туристы в сельской местности. Различают три основных категории сельского туризма по региону проведения:

- внутренний сельский туризм – деятельность, связанная с осуществлением туризма жителями данной страны на её территории;

- международный сельский туризм – деятельность, связанная с осуществлением туризма жителями одной страны на территории другой страны:

- а) выездной сельский туризм – путешествия в пределах страны лиц, не проживающих постоянно в данной стране;

б) въездной сельский туризм – деятельность и предоставление туристических услуг на территории страны иностранным туристам.

Причины въездного сельского туризма – уровень цен, сравнительно более низкий, чем принято в странах с более развитой сферой туризма.

Национальный сельский туризм – совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного сельского туризма, т. е. обслуживание туристов из числа жителей своей страны.

Функциональная направленность путешествий может быть классифицирована в зависимости от целей поездки (развлечения, профессиональные интересы или прочие цели путешествий).

Сельский туризм выделяется как самостоятельный вид туризма в силу специфически присущих ему форм организации досуга (например, уход за домашними животными, проба блюд местной кухни, прогулки и пикники в сельской местности) и мотивации совершения туристских поездок (знакомство с сельской местностью и сельским образом жизни).

Таким образом, сельский туризм – понятие многообразное, включающее в себя знакомства с памятниками культуры и индустриальным наследием, элементы образования, праздники-фестивали, экологические достопримечательности, приключения, тематические парки и музеи. Именно поэтому сельский туризм является наиболее полиморфным понятием среди всех видов туризма.

Библиографический список

1. Ассоциация развития агротуризма. URL: [http:// www.agrotourism.ru/new.htm](http://www.agrotourism.ru/new.htm).
2. Белецкая Е. А. Организация сельского туризма на Белгородчине: моногр. – Белгород : ИПЦ «Полигерра», 2011. – 208 с.
3. Белецкая Е. А., Мешков В. А., Товолжанская Н. В. Брендирование объектов сельского туризма в Прохоровском районе (на примере Белгородской области) // МОЛОДИЙ ВЧЕНИЙ. – Херсон : Издательский дом «Гельветика», 2014. – № 1–1 (04). – С. 22–26.
4. Биржаков М. Б., Новиков О. А. Исторические предпосылки деревенского туризма // Туристические фирмы. – 2002. – № 28.
5. Косинова Е. А. Развитие сельского туризма как перспективного вида предпринимательства в реакционной сфере Ставропольского края. URL: <http:// www.ncstu.ru>.
6. Фортова О. А., Белецкая Е. А. Туристско-экскурсионные услуги на Белгородчине: современное состояние // Культура и образование : электронный научно-практический журнал. – 2014. – № 2 (6). – С. 38.

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ НА БЕЛГОРОДЧИНЕ: АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ СИТУАЦИИ

Л. С. Никоненко, О. Г. Тимонина
Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия

Summary. This article discusses the development of rural tourism in the Belgorod region. Analyzed the level of rural tourism development at the regional level, as well as identifies potential opportunities for the region.

Keywords: agritourism; Belgorod region; rural tourism; and economic development.

Туризм является одной из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. За быстрые темпы роста он признан экономическим феноменом столетия минувшего, и ему пророчат блестящее будущее в столетии грядущем.

Сельский туризм предполагает временное проживание туристов в сельской местности с целью отдыха. Это отлично подойдёт для людей, ищущих новые ощущения и никогда не живших в деревне. Обязательным условием является то, что туристы должны быть размещены в сельской местности или малых городах, в которых отсутствует промышленность, и нет многоэтажной застройки.

В мире наблюдается поворот от массового туризма к более содержательным видам путешествий. На смену трем S (sun, sea, sand) – солнце, море, песок приходят три L (landscape, lore, leisure) – пейзаж, традиции, досуг.

Белгородской области есть что предложить – лирические, часто просторные пейзажи, уникальные национальные парки, традиционные ремёсла и промыслы, экологически чистые продукты и, главное, гостеприимство и щедрость русской души. Имя всему этому – сельский туризм.

Сельский туризм – это вид туризма, который предполагает временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха или участия в сельскохозяйственных работах. Обязательное условие: средства размещения туристов, индивидуальные или специализированные дома, должны находиться в сельской местности или малых городах без промышленной и многоэтажной застройки.

В первую очередь от сельского туризма ожидают спокойствия и размеренности сельской жизни, чистого воздуха, тишины и натуральных продуктов, комфортных условий проживания, домашней атмосферы, приемлемых цен, ощущения близости

с природой, получения новых впечатлений, возможности развлечения для детей и проведения досуга для взрослых.

Сельский туризм – это достаточно молодое туристическое направление в России. В настоящее время данный вид отдыха пока не имеет среди соотечественников столь широкого распространения, как за рубежом, где сельский туризм очень популярен. Интерес к нему обусловлен небольшими затратами и близостью к природе по сравнению с другими видами отдыха.

В России уже реализуются десятки проектов по «зелёному» туризму. Например, «Зелёный дом» (Горный Алтай), «К бабушке в деревню» (Центральная Россия), так называемая сеть «Bed & Breakfast» (Прибайкалье). Но и Белгородская область обладает всеми необходимыми условиями для развития сельского туризма.

Всё большую популярность сельское гостеприимство приобретает на Белгородчине. Жители шумных городов стремятся найти место для отдыха, которое было бы ближе к прекрасным уголкам природы, где есть комфортные условия для реальной смены обстановки, необходимой для поддержания жизненного тонуса. Поэтому многие люди отдают предпочтение уюту скромных деревенских домов и спокойной, размеренной сельской жизни. Отдыхающие смогут насладиться ароматом свежескошенного сена, вкусом фруктов и овощей, сорванных прямо в саду, и провести несколько беззаботных недель в полном отдыхе.

Местные жители знают все тропочки в лесах и могут проводить к озёрам, показать пещеры. Всё это сохранено на Белгородчине. Гостей научат кататься верхом, доить корову, косить сено, сбивать масло, прясть пряжу и ещё многим практическим навыкам, без которых жизнь в деревне невозможна. Если гости пожелают, то принимающая семья проводит в лес за грибами, ягодами, орехами, травами. Гостям предложат также традиционное экскурсионное обслуживание для знакомства с культурой, традициями и бытом коренных народов, угостят национальными блюдами.

Программа развития сельского туризма даёт возможность осуществить такие мероприятия, как:

- создание и совершенствование нормативной правовой базы для развития сельского туризма;
- разработка инструкций для ведения агротуристского бизнеса, в дальнейшем – сертификация агротуристских хозяйств;
- формирование и реализация туристских продуктов муниципальных районов Белгородской области в целом;

- политическая, информационно-рекламная и иная поддержка инициатив местного сообщества в сфере агротуристского бизнеса;
- подготовка кадров для организации сельского туризма;
- работа с населением по формированию позитивного отношения к сельскому туризму;
- привлечение материально-технических, финансовых и людских ресурсов для совершенствования инфраструктуры сельского туризма;
- информационное обеспечение сельского туризма с применением информационных технологий, электронных и печатных средств массовой информации, телевидения и радио;
- создание новых рабочих мест в сельской местности.

Сельский туризм – это набор разнообразных услуг: от проживания в сельском доме, организации экскурсионных туров, приключенческих походов, ремесленных мастер-классов до непосредственного участия в праздниках и повседневной жизни местного сельского населения.

Заниматься этим видом деятельности могут не только индивидуальные предприниматели и фермеры, но и любые организации, созданные и функционирующие в приемлемой законодательством форме. Немалыми возможностями располагают лесничества, прудовые хозяйства, агропромышленные и разного рода рекреационные предприятия.

По территории Белгородчины пролегает много разнообразных туристических маршрутов – водных, пешеходных, велосипедных, автомобильных. Все они уже проработаны и успешно апробированы.

Кроме того, в нашем регионе не только уникальные природные ресурсы, но и богатое культурно-историческое наследие. Хочется, чтобы о нём, кроме жителей Белгородчины, знали и люди, живущие далеко за её пределами.

Белгородская область – это регион с достаточно высоким сельскохозяйственным потенциалом, что помогает формировать и материальную базу для сельского туризма. Однако одной материальной базы недостаточно. Успех и ощутимые результаты во многом будут зависеть от слаженной работы и заинтересованности различных представителей общества: хозяев гостевых домов и объектов сельского туризма, местного населения, органов власти, общественных организаций, туристических фирм.

В сфере сельского туризма мы приобрели некоторый практический опыт, уже можно с уверенностью сказать, что идея эта

вызывает живой отклик не только у жителей Белгородской области, но и за её пределами.

Мы считаем, что активное развитие сельского туризма поможет не только решению задач, стоящих перед селом, но и созданию конкурентоспособного туристского продукта Белгородской области с учётом региональной специфики, что в свою очередь позволит обеспечить эффективное развитие альтернативных видов деятельности.

Библиографический список

1. Белецкая Е. А. Организация сельского туризма на Белгородчине: моногр. – Белгород : ИПЦ «Полтерра», 2011. – 208 с.
2. Белецкая Е. А., Мешков В. А., Товолжанская Н. В. Брендирование объектов сельского туризма в Прохоровском районе (на примере Белгородской области) // Молодой вчений. – Херсон : Издательский дом «Гельветика». – 2014. – № 1–1 (04). – С. 22–26.
3. Ефремова Н. В., Гененко О. Н. Гостиничный менеджмент как способ управления в современных социокультурных условиях // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова. – 2013. – № 6. – С. 219–222.
4. Печорин С. К. Туризмом по Белгородчине! // Смена. – 2007. – № 23. – С. 2–4.
5. Фортова О. А., Белецкая Е. А. Туристско-экскурсионные услуги на Белгородчине: современное состояние // Культура и образование : электронный научно-практический журнал. – 2014. – № 2 (6). – С. 38.

СТАНИЦА ВЕШЕНСКАЯ КАК ЦЕНТР ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Е. В. Иванова

**Институт сферы обслуживания и предпринимательства –
филиал Донского государственного технического
университета, г. Шахты, Россия**

Summary. Article is devoted to consideration of the village of Veshenskaya as center of ethnographic tourism. In the village there are favorable opportunities for development event-entertaining, cultural and historical, rural and ethnographic types of tourism. Ethnographic tourism in Veshenskaya rather attractive and new direction, but having big prospects of development, thanks to rich ethnographic resources. That the village prospered and was in demand of tourists it is necessary to improve constantly this type of tourism, to introduce in it something new and unusual, to develop new excursions, to develop infrastructure, to invest in this type of tourism.

Keywords: village Veshenskaya; ethnographic tourism; Sholokhovsky area.

Россия богата этнографическими ресурсами. Это способствует развитию этнографического туризма, представляющего собой вид познавательных путешествий. Наша страна имеет огромное

культурное и историческое наследие, здесь проживали разные народы со своей культурой, традициями и обрядами, которые в настоящее время представляют собой этнографические объекты. На их основе стали появляться этнографические музеи – историко-этнографические, архитектурно-этнографические, краеведческие и др. Всего в РФ 30 этнографических музеев, представляющих культурное наследие и способствующих развитию туризма в стране. Большой интерес также представляет станица Вешенская как центр этнографического туризма.

О времени основания станицы Вешенской имеются противоречивые сведения. Документы Войска Донского почти все сгорели в суровом 1643 году, когда казаки сдали Азов. Оставшийся архив был уничтожен спустя столетие при огромном пожаре в Старочеркасске. Однако уже в петровскую эпоху казаки говорили, что городок Вешки (прежнее название станицы Вешенской) был построен так давно, что уже старики и не помнят о времени его построения. В начале XVIII века они сообщали стольнику Максиму Кологривому следующее: «Сколь давно построены, того они, казаки, не упомнить...» [1].

Название станицы Вешенская по преданию пошло от слова «веха» (вешка), что означает шест, жердь, поставленную стойком, иногда со значком, флагом, веником. По одной версии веха указывала путь по Дону (Воронеж – Азов), по другой, будто веха указывала дорогу путникам, ехавшим из Москвы на юг. Вполне возможно, что название произошло от слова «вежа», имеющее значение селение, жилище, сторожка.

Первое упоминание о городке Вешка, основанном донскими казаками, относится к 1640 году. Согласно имеющимся литературным источникам, городок был на левой стороне в пойме между озером Россоховым и Доном.

В настоящее время Станица Вешенская является административным центром Шолоховского района и Вешенского сельского поселения. Численность населения составляет 9,3 тыс. жителей [2].

Как свидетельствуют Донские Епархиальные ведомости, 1740 году жители городка Вешка переселяются на новые места, где уже была станица Решетовская, образованная жителями городка Чиганаки. Этот городок был сожжён дотла, так как во время царствования Петра I его жители разграбили и затопили баржи с царским добром. Внимания заслуживает и утверждение историков о том, что Вешенская образовалась в результате переселения казаков Чигонакской станицы, разорённой карателями

в петровские времена, когда уничтожались все казацкие городки, причастные к Булавинскому восстанию.

Такая история возникновения станицы приводится в романе Михаила Александровича Шолохова «Тихий Дон», история которой также неразрывно связана с его именем. После смерти писателя в 1984 году здесь был создан Государственный музей-заповедник М. А. Шолохова. Бронзовый бюст писателя был установлен 23 мая 1981 года на берегу реки Дон [3].

Шолоховский район – традиционно входит в пятёрку туристско-рекреационных районов: Вешенский, Северо-Донецкий, Приазовский, Цимлянский и Манычский. Конфигурация этой группы территорий легла в основу туристского маршрута Донского края «Серебряная подкова Дона», включающего в себя познавательный, водный, экологический, сельский, этнографический и другие виды туризма. Станица Вешенская входит в так называемый туристский маршрут «Большая подкова».

Шолоховский район, в частности станица Вешенская, имеет огромный потенциал для развития туристско-рекреационного комплекса. Самобытная история Шолоховского района, богатое культурное и историческое наследие, способствуют развитию событийно-развлекательного, культурно-исторического туризма.

Территория района входит в зону охраняемого ландшафта Государственного музея-заповедника М. А. Шолохова. Статус особо охраняемой территории имеет урочище «Островное» вблизи станицы Вешенской.

Ежегодный международный литературно-фольклорный праздник «Шолоховская весна» собирает до 100 тысяч поклонников литературного творчества всемирно известного писателя Михаила Александровича Шолохова. Первая «Шолоховская весна» прошла 24 мая 1985 года, в день 80-летия М. А. Шолохова. С 1987 года праздник стал всероссийским, а в 1990 году получил статус международного. Ежегодно на «Шолоховскую весну» гости приезжают не только из регионов Российской Федерации, но и из стран ближнего и дальнего зарубежья. Значительное количество гостей посещают такие мероприятия, как «День памяти М. А. Шолохова», «Шолоховские чтения», «Всемирный день музеев», «Осень в Кружилине». Впервые был проведён фестиваль бардовской песни «Вешенский причал», давно уже завоевали популярность календарно-обрядовые праздники «Широкая масленица», дни станиц и хуторов [4].

Жителям Ростовской и других областей России известен бальнеологический курорт – санаторий «Вешенский». Здесь могут од-

новременно пребывать 400 человек, которые выбрали лечение, туризм и отдых на Дону. Санаторий функционирует круглый год [5].

Развивается и сельский туризм, который включает в себя возможность пожить в гостеприимном сельском доме, ощущая на себе заботу и внимание хозяев, дышать свежим воздухом, совершать конные или пешие прогулки по окрестностям, посещать сельские ярмарки, знакомится с местными ремёслами.

Станица Вешенская – это прекрасное место для развития этнографического туризма. Туристы приезжают сюда, чтобы познакомиться с происхождением Донского казачества, с казачьей культурой, традициями, обычаями, хозяйством и бытом. Именно казачество является основой этнографических ресурсов и, как следствие, этнографического туризма на Дону.

На левом берегу этой величавой, наполненной историческими событиями реки и расположилась станица Вешенская – сердце донского казачества, край самобытных казачьих традиций, культуры и искусства.

С учётом ежегодного прироста потока туристов и возрастающего интереса к красотам и истории станицы Вешенской увеличивается и гостиничная сеть. На территории станицы осуществляют свою деятельность семь гостиниц, как бизнес, так и экономического класса.

Каждая гостиница по желанию гостей организует заказ экскурсий по станице Вешенская и Дому-музею М. А. Шолохова, охоту в лучших охотничьих угодьях Ростовской области, рыбалку, поход за грибами, пикники на берегу реки Дон.

На территории района осуществляет свою деятельность туристская компании «Донская линия». Основная цель создания компании – формирование уникальности и узнаваемости туристского продукта как станицы Вешенская, так и Шолоховской земли в целом на туристском рынке, привлечение туристов и экскурсантов в донской край, создание туристского продукта, способного удовлетворить потребности путешествующего населения [6].

В Государственном музее-заповеднике М. А. Шолохова создан отдел туризма, в функции которого входит установление деловых связей с туристскими фирмами и экскурсионными бюро, с целью привлечения туристов в станицу Вешенскую. Сотрудники отдела полностью организуют пребывание гостей, начиная с расселения и питания, заканчивая экскурсионной и развлекательной программой. Музей имеет небольшой уютный гостевой дом, рассчитанный на 15 мест. Можно остановиться в любой гостинице станицы

Вешенская, которые располагают комфортабельными номерами. Расселение в частном секторе даёт возможность изнутри узнать уклад жизни казаков, их обычаи и традиции, а также отведать неповторимые блюда донской кухни. Для тех, кто ищет уединения, есть возможность отдохнуть вдали от городского шума и суеты, на лоне природы, в экологически чистой зоне на турбазе «Лебяжий», расположенной в 12 км от станицы Вешенской на берегу Дона.

В качестве культурной программы предлагаются разнообразные туристские маршруты. Знакомство с объектами музея начинается с автобусной экскурсии по маршруту станица Вешенская – хутор Кружилинский – станица Каргинская – станица Вешенская. В Кружилинском стоит дом, где в 1905 году родился Миша Шолохов.

В станице Каргинской открыта экспозиция приходского училища, в котором учился Шолохов, здание кинотеатра «Идеал», где будущий писатель выступал как актёр и автор пьес, дом, где были написаны «Донские рассказы».

Обзорная экскурсия по станице Вешенская даёт представление об истории возникновения и развития станицы, о жизни и обычаях казаков. Экскурсанты посещают старинную Михайло-Архангельскую церковь, памятник «Григорий и Аксинья», стелу с барельефом Ю. А. Гагарина, бюст М. А. Шолохова на набережной, мемориальный дом-музей, где семья Шолоховых жила с 1927 по 1935 годы и где были написаны первая книга «Поднятой целины» и третья книга «Тихого Дона». Там же действует выставка «М. А. Шолохов на охоте и рыбалке».

Затем туристы осматривают мемориальный дом-усадьбу М. А. Шолохова, где писатель с семьёй жил с 1949 по 1984 год и где он создал вторую книгу романа «Поднятая целина», написал рассказ «Судьба человека» и главы романа «Они сражались за Родину». Здесь же, на усадьбе, находится могила писателя. Дом-музей уникален тем, что все вещи в нём подлинные. Обстановка, книги, картины, сувениры представлены так же, как во время жизни Шолоховых в доме.

Экскурсия по дому завершается осмотром выставки, посвящённой присуждению М. А. Шолохову Нобелевской премии в 1965 году.

На центральной площади, в здании бывшего станичного атаманского правления находится выставка «М. А. Шолохов. Жизнь и творчество». Пять залов выставки рассказывают о донском казачестве, о произведениях М. А. Шолохова в различных видах искусства, о многогранной общественной деятельности писателя. Центральное место в экспозиции отведено материалам,

посвящённым многолетней и напряжённой работе М. А. Шолохова. Здесь же размещены документы, материалы и многие вещи писателя периода Великой Отечественной войны.

В состав музея-заповедника входит зона охраняемого ландшафта площадью 29760 гектаров, которая включает территории, непосредственно прилегающие к объектам музея, а также достаточно широкую полосу (до 15 км) по обеим сторонам Дона как местность, исторически связанную с событиями, описанными в произведениях М. А. Шолохова.

Отдел туризма предлагает экскурсионный маршрут «Природа донского края», куда входит посещение уникального памятника природы многовекового дуба, Лебязьего яра – любимого места отдыха писателя, урочища Островного, родника «Отрог». Разрабатываются также новые – водный маршрут «Здесь жили шолоховские герои» и пешеходный маршрут «Вслед за героями «Тихого Дона» [7].

Шолоховский район является одним из крупнейших в области туристских центров, а также имеет целый ряд объектов туризма, что способствует развитию, как в Шолоховском районе, так и в Вешенской, транспортной инфраструктуры. Так, в станице действует муниципальный аэропорт, с соседними территориями области район связан автомагистралями. В общей сложности на 2013–2017 годы в программе развития дорожного хозяйства предусматриваются средства в размере 129,4 млн рублей.

Шолоховский район удалён от основных транспортных магистралей и промышленных центров области. Тем не менее, наличие целого ряда туристских объектов способствует развитию транспортной инфраструктуры. Станица Вешенская связана с населёнными пунктами района и соседними территориями области автомобильными дорогами с асфальтовым покрытием. Основными являются автодороги областного значения «Миллерово – Вешенская» и «Вешенская – Казанская». Кроме того, на территории района расположено 9 автодорог районного значения и 6 сельских дорог [8].

Таким образом, станица Вешенская – старейшая верховая донская станица. Первые упоминания о ней относятся к 1640 году. Имеется несколько версий происхождения названия Вешенской. История станицы связана с великим русским писателем Михаилом Александровичем Шолоховым. В станице имеются благоприятные возможности для развития событийно-развлекательного, культурно-исторического, сельского и этнографического видов туризма. Туристов привлекает и ежегодный международный литературно-фольклорный праздник «Шолоховская весна». Здесь

имеется и бальнеологический курорт – санаторий «Вешенский». На территории станицы расположены семь гостиниц бизнес и экономического класса. В государственном музее-заповеднике имени М. А. Шолохова имеется отдел туризма, который организует отдых гостей станицы. Предлагаются разнообразные туристские маршруты и экскурсии, связанные с историей донского казачества, жизнью и творчеством М. А. Шолохова.

Библиографический список

1. Заповедная Россия. Станица Вешенская. URL: http://www.zapoved.net/index.php/Каталог/Регионы/Южный_округ/Ростовская_область/Шолоховский_район/Вешенская, свободный (дата обращения: 14.04.2014).
2. Станица Вешенская. URL: http://www.orfey.net/attractions/index.php?ELEMENT_ID=18268, свободный (дата обращения: 14.04.2014).
3. Станица Вешенская. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Вёшенская>, свободный (дата обращения: 14.04.2014).
4. Государственный музей-заповедник М. А. Шолохова. URL: <http://www.sholokhov.ru/museum/>, свободный (дата обращения: 14.04.2014).
5. Санаторий Вёшенский. Отдых и лечение. URL: www.veshki.artkazak.ru/sanator.html, свободный (дата обращения: 14.04.2014).
6. Официальный сайт туристской фирмы «Донская линия». URL: <http://donline.zdn.ru/>, свободный (дата обращения: 14.04.2014).
7. Вешенская. Летний сезон. URL: <http://www.museum.ru/N8540>, свободный (дата обращения: 14.04.2014).
8. Глава Шолоховского района Ростовской области О. Дельнов. Интервью. URL: <http://www.interfax-russia.ru/South/exclusives.sp?id=351750>, (дата обращения: 14.04.2014).

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ АКТИВНОСТИ ЛИЦ ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА В ПРОЦЕССЕ ДОСУГОВОЙ И ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. А. Витохина

Белгородский государственный институт искусств и культуры г. Белгород, Россия

Summary. In modern conditions to the fore the problem of human activity, his conscious participation in social and cultural life, readiness to self-realization, as well as for self-improvement.

Keywords: tourism; leisure; advanced age.

В России с каждым годом численность людей пожилого возраста увеличивается. Пожилой возраст это такая стадия в жизненном цикле, где происходят систематические социальные

потери и отсутствуют приобретения. Главные жизненные задачи выполнены, ответственность уменьшается, зависимость возрастает. Эти потери связаны с болезнями и физическим недомоганием. Они ясно дают понять пожилому человеку понижение участия в социальной жизни.

В современных условиях на передний план выдвигаются проблемы активности человека, его сознательного участия в социокультурной жизни, готовности к самореализации, а так же к самосовершенствованию. Тенденция старения человечества имеет два доминирующих процесса: сокращение рождаемости и увеличение продолжительности жизни. Средняя продолжительность жизни увеличилась до 75 лет. Современная социально-культурная ситуация складывается под влиянием изменения демографической структуры населения. Довольно большую часть населения нашей страны составляют пенсионеры. Понятие и определение пожилого возраста включает в себя как биологические, так и социально-психологические характеристики. Этот сегмент граждан принято подразделять на три категории:

1. Люди очень активные, которые готовы и способны работать.
2. Одинокие или одиноко проживающие граждане, которые требуют определённых социальных услуг.
3. Тяжелобольные люди, которые требуют паллиативной помощи, включая медицинские и социальные услуги.

По достижении пенсионного возраста у пожилых людей появляются неограниченные возможности для путешествий по миру. Самыми востребованными у пенсионеров являются экскурсионные маршруты. Всё большую популярность набирают специальные оздоровительные туры. Российские пенсионеры на сегодняшний день выбирают вместо местных пансионатов различного типа курорты и лечебницы и с удовольствием путешествуют. Совсем недавно в туризме появились туры, предназначенные только для пенсионеров. Ведь несмотря ни на что именно люди пожилого возраста активно участвуют в процессе туристической деятельности.

Туристические фирмы разрабатывают специальные маршруты для пенсионеров, а также людей преклонного возраста. Туры для такой категории населения имеют в виду проживание в уютных, спокойных и тихих местах, где имеется культурно-развлекательная программа, которая учитывает все нюансы и интересы людей пенсионного возраста.

При организации туров для пенсионеров в большей степени учитываются их возможности и материальное положение, их

состояние здоровья, а также выбор транспортного средства. Выбор транспортного средства на время путешествия для пожилых людей очень важен.

Туристические поездки создают атмосферу полноценного общения, в которой человек с проблемами взаимодействует с разными людьми, устанавливает новые социальные контакты и имеет возможность выполнять различные социальные роли.

Досуговая деятельность устраняет чувство потери достоинства, неполноценности, интегрирует людей пожилого возраста в общество. Досуг и отдых играют очень важную роль в жизни людей пожилого и старческого возраста, особенно когда их участие в трудовой деятельности уже затруднено.

Огромную роль в активизации деятельности пожилых людей, в реализации новых целей досуговой деятельности имеет культурно-познавательный туризм. Он увеличивает спектр видов деятельности пожилых, но ещё достаточно активных людей. Здесь можно рассматривать различные виды творческой, коммуникативной, познавательной деятельности. Вовлечение в культурно-познавательный туризм лиц пожилого возраста меняет их жизнь, тем самым обогащая её социальными связями, интересами, и многим другим.

Существует так же ряд своеобразных проблем, которые могут возникнуть при организации и реализации туризма и досуга у лиц пожилого возраста. Они носят следующие характеристики:

1. Ограничение досуговой деятельности из-за транспортных и финансовых проблем.

2. Атмосфера социального окружения, которая способствует человеку пожилого возраста в проведении досуговой и туристической деятельности.

3. Возрастные ограничения в возможности развивать навыки, необходимые для проведения отдыха.

Существенное значение имеет психологическая мотивация пожилого человека для участия в проведении досуга. Его желание и готовность активно участвовать в процессе какой-либо деятельности является неперенным условием успеха. Активность проявляется не только за счёт изменений в самом человеке, но и за счёт изменений в окружающей среде, способствующей развитию личности и желанию активно в ней существовать. Мотивация к активной деятельности пожилых (их интересы, влечения, психологические установки, эмоции) видоизменяется в результате овладения тем или иным видом досуга, конкретным видом художественного, технического или декоративно-прикладного творчества. Темп из-

менения мотивации служит основанием для оценки реабилитирующего воздействия досуга, который осваивает человек.

В практике разнообразной по формам и видам социокультурной деятельности индивидуальные интересы очень отличаются различными проявлениями, каждое из которых может характеризоваться определённым показателем реабилитирующего воздействия на личность пожилого человека.

Пожилой человек включён в социальную структуру общества как в устойчивую связь социальных статусов и ролей. Социальный статус – это такое положение индивида или социальной группы относительно других индивидов, групп, которое определяется по социально значимым для данной общественной системы признакам (экономическим, профессионально-квалификационным, социально-поселенческим).

Библиографический список

1. Акимова Л. А. Социология досуга : учеб. пособие. – М. : МГУКИ, 2003. – 124 с.
2. Ахметова М. С. Социальное положение пожилых людей в трансформирующемся российском обществе : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04. – Уфа, 2009. – 173 с.
3. Гуляев В. Г. Организация туристической деятельности. – М., 1999. – С. 11, 145.
4. Дмитриев А. В. Социальные проблемы людей пожилого возраста. – СПб., 2004. – С. 279–280.
5. Фортова О. А., Белецкая Е. А. Туристско-экскурсионные услуги на Белгородчине: современное состояние // Культура и образование : электронный научно-практический журнал. – 2014. – № 2 (6). – С. 38–39.

СПОРТИВНЫЙ ПРАЗДНИК В КОНТЕКСТЕ УРБАНИЗАЦИИ

В. Ф. Кудашов, Л. Т. Кудашова, М. В. Кострова
Национальный государственный университет
физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта;
Санкт-Петербургский государственный экономический
университет, г. Санкт-Петербург, Россия

Summary. Urban sports – this variety provide the wide range of opportunities for self-expression of citizens. It affects on forms and types of sports events into a modern city, confirming the thesis that the main purpose of a true city – to be the engine of progress.

Keywords: sport event; urban sports; urbanization; city event.

Образование городов положило начало мировому цивилизационному процессу, что и определило роль города в жизни общества с древности до наших дней. Почти все истоки значительных

сдвигов в социально-экономической, политической и культурной сферах имеют «городское происхождение».

Ещё в XIX веке русский историк и культуролог, один из основоположников отечественной урбанистики И. М. Гревс [3] отмечал, что город является «сильнейшим и выразительнейшим носителем культуротворческого труда человечества, критерием его успешности, но и его кризисов, остановок, колебаний и катастроф».

Каждая крупная историческая эпоха порождает свой тип города, обладающий характерными, выражающими дух своего времени чертами. Но именно индустриальная эпоха стала временем интенсивного развития городов. Жизнь города основана на принципиально ином типе труда, чем труд сельский, так как деятельность жителей городов связана с промышленностью, транспортом, торговлей, управлением и другими видами несельскохозяйственных областей.

Города явились центрами, концентрирующими в себе экономический, особенно промышленный, а также административный, научный, духовный потенциал всего общества. Важнейшим признаком города являются функциональные и сущностные характеристики.

Для города характерны следующие отличительные особенности [14]: город исторически многослоен; динамичен и в развитии, и в функционировании; многофункционален. Так, наряду с хозяйственной (экономической) функцией город выполняет административную, культурно-трансляционную, коммуникационную и другие функции [5].

Многофункциональность создаёт базу для социального разнообразия. Расширяются возможности выбора профессии, места учёбы и работы, самообразования, способов проведения досуга. Высокий интеллектуальный потенциал делает город духовной мастерской человечества.

Городская среда представляет собой совокупность многочисленных и разнообразных каналов массовых коммуникаций, форм и способов общения, подключения к источникам разнообразной информации. Это разнообразие создаёт широту возможностей для приобщения человека к бесконечному миру культуры, так как город сосредотачивает величайшие культурные ценности. Как культурная ценность, городская среда может сохраняться только будучи включённой в систему социальных процессов. Частью таких процессов является традиционный городской праздник. Именно в городской среде наиболее активно происходит

внедрение новых моделей праздников, где немалую роль играет взаимодействие различных зрелищных форм [6].

Специалисты [13, 4] под праздничной культурой понимают совокупность преимущественно художественно-творческих форм зрелищной деятельности, реализующих социально-значимые установки и ценностные ориентации личности.

Праздники существуют во всех обществах и культурах с глубиной древности и до наших дней, так как они являются необходимым условием социального существования и специфическим выражением сущности общества, свободное время которого они призваны организовывать и эстетически оформлять. В основе современных городских праздников лежит культура многочисленных народов, населяющих город.

Как особый вид социокультурной жизни людей, праздник предполагает множество типов такого действия, в числе которых наиболее значимыми являются торжество, зрелище, обряд, ритуал, карнавал [16]. В городской среде наиболее активно происходит внедрение новых моделей праздников. Немалую роль в этом процессе играет взаимодействие различных зрелищных форм.

К основным формам проведения праздников режиссёр и теоретик праздничной культуры А. А. Конович [8] относит митинги, манифестации, шествия и парады, представления и инсценировки, которые могут использоваться при проведении любого из видов праздников.

По потребностям, удовлетворяемым праздниками, специалисты [7, 2, 1] определяют их функции: социально-психологическая; культуротворческая; идеологическая; воспитательная; информативно-коммуникативная; интегративная; интернациональная; игровая; рекреационно-компенсаторная; физкультурно-массовая и др.

В процессе эволюции от досоветского, советского к перестроечному и постперестроечному периодам происходит изменение функциональных особенностей праздника в городской среде. В период перестройки проявились [12]: миссионерская, деидеологическая, межкультурной коммуникации, информационная, прагматическая. В постперестроечный (современный) период появились функции, имеющие инновационное значение в истории культуры: этносохраняюще-трансляционная, имиджмейкерская, социально-реабилитационная и здоровьекультивирующая (рис. 1). Это было вызвано глобализацией, модернизацией и потребностями общества в сохранении праздничной культуры и выживании нации в условиях здорового образа жизни.



Рис. 1. Полифункциональность праздника в городской среде

Все вышесказанное позволяет говорить о склонности массового праздника в городской среде к полифункциональности в процессе его культурогенеза, развития и эволюции культурных форм.

Современные аналитики развитие городской культуры связывают с происхождением спорта, видя его истоки в потребностях физического совершенствования, в традиционных формах праздников и в новых возможностях проведения досуга. Новое время в истории человеческого общества открыло широкие перспективы для развития зрелищного направления в физической культуре.

Спортивные праздники и выступления представляет собой комплекс разнообразных спортивных и культурных мероприятий [15], делая досуг более содержательным, целенаправленным, расширяя сферу общения, раскрывая внутренние возможности человека, его духовный и физический потенциал.

В процессе своего исторического развития спортивные праздники приобрели свои формы, виды, структуру, содержание.

По масштабу и степени привлекаемых ресурсов, спортивно-зрелищные мероприятия делят на крупные (массовые художественно-спортивные представления) и малые формы. Массовое спортивно-художественное представление (МХСП) – специфическое спортивно-зрелищное мероприятие, проводимое на опре-

деленной сценической площадке. МСХП интегрирует лучшие традиции инсценировок – его художественной основой является синтез элементов спорта и искусства воедино.

Основными формами МСХП являются: массовые спортивно-гимнастические выступления; спортивно-художественные выступления; тематические выступления (спортивный праздник на стадионе, спортивный праздник на воде, спортивный праздник в парке культуры и отдыха) [15]. Возможность использования в одной постановке разнообразных жанров искусства – драмы, музыки, кино, эстрады, цирка, изобразительного искусства – обеспечивает предпосылки для создания ярких впечатляющих зрелищ. Свидетелями подобных грандиозных межконтинентальных зрелищ мы были совсем недавно – это XXII Зимние Олимпийские игры и XI Зимние Паралимпийские Игры в Сочи (2014 г.).

Специалисты [10] выделяют ряд тенденций дальнейшего развития жанра массовых художественно-спортивных представлений (рис. 2).



Рис. 2. Тенденции развития жанра МСХП

Т а б л и ц а 1

Спортивные праздники и выступления малых форм

Особенности спортивных праздников малых форм					
№ п/п	Наименование	Содержание	Участники	Пространство	Оформление
1.	Спортивный концерт (блок показательных выступлений)	Набор показательных номеров разных видов спорта, расположенных в определённом порядке	Представители различных видов спорта; заслуженные деятели спорта (тренеры и спортсмены); творческие коллективы и исполнители	Спортивные сооружения; концертные и театральные площадки; улицы и площади	Используется оформление площадки
2.	Церемонии открытия (закрытия) соревнований по видам спорта	Ритуально-спортивное действо с соблюдением протокольных моментов (марш-парад участников, клятвы судей, спортивные, официальные речи, гимны, поднятие (спуск) флагов и т. п.)	Представители различных видов спорта; заслуженные деятели спорта (тренеры и спортсмены); творческие коллективы и исполнители; судьи; официальные лица; деятели искусств	Открытые (закрытые) спортивные сооружения	Специальные (тематические) элементы декораций; специальные костюмы или элементы костюмов, подобранные по тематике; шары; флаги

Особенности спортивных праздников малых форм					
№ п/п	Наименование	Содержание	Участники	Пространство	Оформление
3.	Спортивно-театрализованное представление тематической направленности	Драматургическое действие, посвящённое определённому событию с использованием выразительных средств различных видов спорта	Представители различных видов спорта; заслуженные деятели спорта (тренеры и спортсмены); творческие коллективы; деятели искусств	Открытые (закрытые) спортивные сооружения; улицы и площади; концертные и театральные площадки	Специальные декорации по тематике выступления; специальные костюмы и предметы; шары; флаги
4.	Спортивно-художественные композиции (одноактные спортивные балеты-спектакли).	Показательный номер с использованием выразительных средств одного или нескольких спортивных направлений, выстроенный по законам драматургии	Представители различных видов спорта; заслуженные деятели спорта (тренеры и спортсмены); творческие коллективы; деятели науки и искусств	Закрытые спортивные сооружения; улицы и площади; концертные и театральные площадки	Специальные (тематические) декорации; специальные костюмы и предметы

По содержанию выступления спортивные праздники малых форм можно разделить на спортивный концерт (блок показательных выступлений); церемонии открытия (закрытия) соревнований по различным видам спорта; спортивно-театрализованное представление тематической направленности; спортивно-художественные композиции (одноактные спортивные балеты). В каждом из них выделяют общие и отличительные особенности [9] (табл. 1).

Опрос респондентов (265 человек различных социальных слоёв, возраста, профессии, ценностных ориентаций) показал, что: 12% респондентов предпочитают физкультурные праздники в спортивных лагерях; 16% – массовые спортивно-художественные представления на стадионе; 30% – отметили популярность массовых спортивных соревнований на открытом воздухе (фестиваль бега «Samsung», «Кросс наций», «Женская десятка», «Лыжня России», роликовый пробег и другие), и 42% респондентов отдали предпочтение спортивным праздникам малых форм (рис. 3).

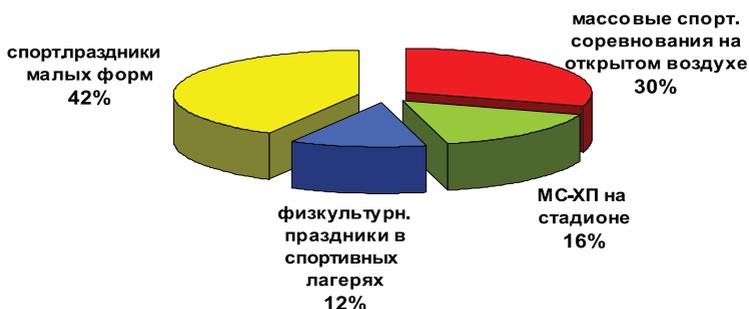


Рис. 3. Популярность современных спортивных праздников различных форм

Наибольшим спросом у населения пользуются спортивные праздники малых форм (клубного уровня), так как они имеют преимущества перед другими формами за счёт своей доступности, места проведения, частоты, возможностей регулярного удовлетворения потребности в общении и рациональном использовании свободного времени, активном отдыхе и физическом совершенствовании [11].

Так как город является местом зарождения, становления и развития нового, благодаря постоянному обновлению, динамизму, концентрации многообразия и особым свойствам многоконтактной среды, то и зарождение новых видов спорта в современном городе бесконечно, как неисчерпаемы и формы проявления человеческих способностей.

Именно в этом многообразии заключается важная притягательная сила спорта, именно это многообразие обеспечивает, с одной стороны, широкий спектр возможностей для самовыражения граждан, а с другой, зрелище на любой вкус. А это, в свою очередь, отражается на формах и видах спортивных праздников малых форм, их структуре, особенностях трансформации и тенденциях развития в условиях современного города, подтверждающая тезис, что главное предназначение истинного города – быть двигателем прогресса.

Библиографический список

1. Белоусов Я. П. Праздники старые и новые (некоторые философские аспекты проблемы празднования). – Алма-Ата : Казахстан, 1974. – С. 38.
2. Генкин Д. М. Массовые праздники : учеб. пособие – М. : Просвещение, 1975. – С. 36–37.
3. Гревс И. М. Город как предмет краеведения // Краеведение. – 1924. – № 3. – С. 31.
4. Жигульский К. Праздник и культура. Праздники старые и новые. Размышления социолога. – М., 1985. – 310 с.
5. Зайончковская Ж. А. Новосёлы в городах. – М., 1972. – С. 36.
6. Иконников А. В. Искусство, среда, время. – М : Советский художник, 1985. – С. 133–134.
7. Kerenyi K. La religion antique. Sess Lignes fondamentales. – Jeneva, 1957.
8. Конович А. А. Театрализованные праздники и обряды в СССР. – М. : Высшая школа, 1990. – 208 с.
9. Кудашов В. Ф., Кудашова Л. Т. Формы современных спортивно-зрелищных мероприятий. Современная гимнастика (проблемы, тенденции, перспективы) : сб. матер. VIII Межд. научно-практ. конф., посвящ. 215-летию РГПУ им. А. И. Герцена. – СПб., 2013. – С. 63–66.
10. Кудашов В. Ф. Отражение опыта праздничной культуры запада и востока в массовых спортивно-художественных праздниках. Парадигма здорового образа жизни: духовные и физические компоненты : сб. научных статей II Международной науч.-теор. конф. каф. соц.-гум. дисциплин. – Киев : НУФВСУ, 2010.
11. Кудашов В. Ф., Седова О. Популярность различных форм спортивно-массовых мероприятий. Физическая культура студентов : матер. 57-й межвуз. науч.-метод. конф. по физ. воспитанию студентов высших учеб. заведений СПб. – СПб., 2008.
12. Лаптева Л. С. Социально-эстетическая природа и функции массовых праздников : автореф. дис. ... канд. философ. наук. – М., 1975. – С. 22.
13. Мазеев А. И. Праздники как социально-художественное явление: опыт историко-теоретических исследований. – М. : Наука, 1978. – С. 51.
14. Пелипенко А. А., Яковенко И. Г. Культура как система : монограф. – М. : Языки русской культуры, 1998. – С. 127.
15. Петров Б. Н. Массовые спортивно-художественные представления. Основы режиссуры, технологии, организации и методики : учебник для студентов вузов. – М. : Дивизион, 2006. – 374 с.
16. Пономарёв В. Д. Игровая технология праздничного досуга : учеб. Пособие. – Кемерово : Кузбассвузиздат, 1995. – 72 с.

IV. EDUCATION – SCIENCE – INNOVATIONS: NATIONAL, POLYCULTURAL, UNIVERSAL

ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Ш. А. Усманова

Государственный институт искусств и культуры
Узбекистана, г. Ташкент, Узбекистан

Summary. In this article we are talking about the development of cognitive activity in preschool children.

Keywords: children; preschool education; cognitive activity; methods; criteria.

Возрастная психология располагает разносторонними сведениями о состоянии и динамике познавательной активности детей дошкольного возраста. Познавательная активность, в основе которой подразумевается наличие мотивационного компонента, является неотъемлемой частью творческой преобразовательной деятельности, что, в свою очередь, является гарантом развития индивидуальности и самобытности каждого ребёнка. А дошкольный возраст является сензитивным периодом, опосредующим отношение ребёнка к освоению окружающей действительности во всём многообразии свойств и проявлений [1].

Сегодня понятие «познавательная активность» широко используется в различных направлениях психолого-педагогического поиска. Проблемы отбора содержания образования изучали В. Н. Аксютченко, А. П. Архипов, Д. П. Барам; формирование общих учебных умений – В. К. Котырло, Т. В. Дуткевич, З. Ф. Чехлова. Оптимизацию познавательной деятельности учащихся исследовали Ю. К. Бабанский, М. А. Данилов, И. Я. Лернер, Л. П. Аристова, Т. И. Шамова, В. И. Лозовая; взаимоотношения детей со сверстниками и учителем – Т. А. Борисова, Н. П. Щербо. Роль педагога и личностных факторов в развитии познавательной активности учащихся рассматривали А. А. Андреев, Т. Н. Разуваева, Ю. И. Щербаков, Ю. Н. Кулюткин, Л. П. Хитяева, Е. А. Сорокоумова, Л. К. Гребёнкина.

Проблема особенностей познавательного развития, создания условий, эффективно влияющих на формирование познавательной

активности детей дошкольного возраста, на протяжении многих лет занимает одно из ведущих мест в педагогических и психологических исследованиях.

Цель нашего исследования – выявление возрастного уровня развития познавательной активности детей, находящихся в старшем дошкольном возрасте.

Объект исследования – дети от 5 до 6 лет старшего дошкольного возраста. Исследование проводилось в дошкольном образовательном учреждении. В нём принимали участие 60 детей (32 мальчиков и 28 девочек).

Методы исследования

1. Методика «Как спасти зайку». Её целью являлась оценка способностей и превращение задачи на выбор в задачу на преобразование в условиях, когда свойства знакомого предмета переносятся в новую ситуацию.

2. Методика «Какие предметы спрятаны в рисунках?». Её целью являлась проверка детей на сообразительность: насколько быстро вырабатывается познавательная активность [2].

Результаты исследования: по методике: «Какие предметы спрятаны в рисунках» среднее значение у 5-летних детей меньше ($M = 4,00$), чем у 6-летних ($M = 6,87$). Полученные результаты по t-критерий Стьюдента являются достоверными (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Сравнительный анализ результатов 5- и 6-летних детей по методике: «Какие предметы спрятаны в рисунках»

Показатели	5-летние N = 7		6-летние N = 47		t-критерий Стьюдента	Уровень значи- мости
	М	д	М	д		
Уровень способности выделять информативные точки и по ним воспроизводить образ предмета	4	1,52	6,87	1,87	-4,49	0,002*

П р и м е ч а н и е . * при $p \leq 0,05$.

По методике «Как спасти зайку» у 5-летних среднее значение чуть меньше ($M = 2$), чем у 6-летних ($M = 2,23$). Однако полученные результаты по t-критерий Стьюдента являются недостоверными (табл. 2).

Таблица 2

**Сравнительный анализ результатов 5- и 6-летних детей
по методике «Как спасти зайку»**

Показатели	5-летние N = 7		6-летние N = 47		t-критерий Стьюдента	Уровень значимо- сти
	М	д	М	д		
Оценка способности и превращение задачи на выбор в задачу на преобразование в условиях, когда свойства знакомого предмета переносятся в новую ситуацию	2	0,816	2,23	0,728	-0,781	0,438

Примечание. * при $p \leq 0,05$.

Таким образом, у 6-летних сильнее срабатывает быстрота реакций, сообразительность, умение выделять информативные точки и по ним воспроизводить образ предмета, также они лучше справляются с превращением задачи на выбор в задачу на преобразование в условиях, когда свойства знакомого предмета переносятся в новую ситуацию.

Развивая познавательную сферу ребёнка-дошкольника, необходимо стремиться создать такие условия для его жизни, развития и обучения, чтобы богатейшее эмоционально-чувственное восприятие мира позволило малышу стать человеком. Для этого необходимо применять различные средства. Познавательная активность ребёнка отражается в его играх, рисунках, рассказах и других видах творческой деятельности. Взрослые должны обеспечивать условия для развития такой деятельности. Познавательная активность и любознательность заставляют детей активно стремиться к познанию, искать способы удовлетворения жажды знаний.

Библиографический список

1. URL: <http://psy.1september.ru>.
2. URL: <http://psylist.net>.

НРАВСТВЕННО-ЭСТЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ В ВОСПИТАНИИ ЛИЧНОСТИ СРЕДСТВАМИ ФОЛЬКЛОРНОГО ТЕАТРА

М. А. Богачева

Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия

Summary. Socio-cultural studies approach to the creation of children's folklore theater «Lapotochki», its main features. On the role of folk theater in moral and aesthetic education of the individual.

Keywords: spiritual and moral values; theater.

Развитие, обучение и воспитание детей всегда было, есть и будет одной из важнейших проблем общества. Эта проблема не утратила своей актуальности, а наоборот, стала ещё больше привлекать к себе внимание. Сегодня, как никогда, широко осознаётся ответственность общества за воспитание подрастающего поколения [1].

Важным периодом становления личности является детство и юность, когда формируются такие качества, как ответственность и свобода выбора, чувство справедливости, доброты и уважения других людей, гражданственности и веры, человеческого и национального достоинства. Духовно-нравственные ценности – результат большого труда, в основе которого лежит воспитание. Именно нравственное воспитание делает человека личностью [3].

Одной из форм такого воспитания является театр, особенно фольклорно-этнографический театр, изучающий и «реставрирующий».

традиции, обряды, обычаи, костюмы и нравы предков. Такой театр выводит детей и молодёжь за круг обыденных впечатлений, давая возможность пережить самые высокие чувства.

Театральное искусство – это уникальный вид художественного творчества, способный оказывать поистине колоссальное воспитательное воздействие на аудиторию как с точки зрения самого художественного процесса, в котором участвуют актёры, так и с позиции его наглядных практических результатов, представляющих для нас редкую возможность ими воспользоваться. А. А. Брянцев писал, что в «числе различных воздействий на ребёнка воздействие театром может быть одним из важнейших», а театральное «волнение всегда было мощным фактором воздействия на сознание человека, в том числе и на ребёнка» [2].

Разделяя подобную точку зрения, Е. Ю. Сазонов пишет: «поле детского театра» становится не областью просто досуга, но полем культуры», той эстетической и нравственной почвой, на которой можно ожидать серьёзных и существенных всходов» [4].

В рамках реализации программы «О мерах по совершенствованию духовно-нравственного воспитания детей и молодёжи» (постановление от 9 октября 2004 года № 22.4 Управления образования и науки Белгородской области) был разработан научно-культурологический проект по созданию детского фольклорного театра «Лапоточки». В контексте данного проекта участники театра в возрасте 6–12 лет должны обучаться сценической речи и актёрскому мастерству. Репертуар театра должен быть основан на произведениях устного народного творчества, детском игровом фольклоре и фольклорно-этнографическом материале празднично-обрядовой культуры Белгородчины.

Детский фольклор – это жемчужина русского слова, и в целом всей русской поэзии, во многом основанной на устном предании всего многообразия жанров, по крупницам собранных и передающихся из поколения в поколение: сказки, небылицы, пословицы, поговорки, загадки, присловья, считалки, пестушки... здесь и колыбельная, и много ещё.

В них кладёшь мудрости и безграничной веры русского народа в добро и справедливость. Именно в них мы узнаём себя, свои истоки и свои истинные корни. И в этом смысле они представляют для нас, для сознания русского человека в целом, величайшую и непреходящую ценность в качестве духовного опыта многих поколений, живших до нас. Это тот редкий случай, когда национальное сознание исторически унаследовало высокое духовное призвание учить людей, укреплять в них уверенность в завтрашнем дне, воспитывать и поддерживать в трудную минуту.

Именно с детства закладываются основы патриотического воспитания, в раннем возрасте, когда ребёнок открыт и доступен для окружающих, когда любовь к Отечеству им воспринимается в естественных для него условиях – с проживанием ребёнка в родной семье, в родном доме, на родной земле...

Другими словами, детский фольклорный театр – есть не что иное, как универсальная художественная модель социально-адаптированного поведения, рассчитанная на детей младшего школьного возраста и определяющая степень участия каждого из них в соответствии с индивидуальными способностями.

В творческом плане «Детский фольклорный театр» призван реализовать стратегию художественного освоения всего богатства русского языка, включая небольшие произведения, традиционные для устного поэтического творчества и составляющие основу детского фольклора.

Необходимо с самого начала вводить ребёнка в игровое пространство сценического действия, где главный приоритет принадлежал бы Слову. Именно здесь находится решение многих ключевых проблем, связанных с психологией детского восприятия. Ведь именно Слово содержит в себе и музыку, и движение, и образ, и чувство. Именно там, в Слове, осуществляются наши надежды обрести в будущем окончательный смысл жизненной Правды, а значит всего того, о чём мечтали с самого детства.

Главную цель театра А. А. Брянцев видел в том, чтобы «воздействуя на ребёнка средствами эмоционально-художественной выразительности, организовывать его мысль, направлять её в сторону более глубокого познания жизни» [2]. Театральное творчество общает детей не только к культуре театральной, но и общечеловеческой. Театральное искусство является мощнейшим средством воспитания именно через проживание культурно-духовных образцов человечества, которые заключены в народных произведениях.

Ключевым моментом воспитания в фольклорном театре считается развитие способности ребёнка любить своих родителей, свой род, землю, на которой мы живём, историю и культуру своего народа. Именно такая любовь и гордость за свой род и формирует социально-активную и нравственно-устойчивую жизненную позицию, способную сохранить и наиболее полно раскрыть в душе ребёнка творческое начало и противостоять негативным реалиям современности.

Библиографический список

1. Белецкая Е. А., Иванова Т. И. Развитие творческих способностей дошкольников в учреждениях дополнительного образования (на примере Белгородской области) // Образование. Наука. Новации: Южное измерение. – 2012. – Т. 21. – № 1. – С. 175–181.
2. Брянцев А. А. Воспоминания, статьи, выступления, дневники, письма. – М., 1979.
3. Калашникова Н. Н. Формирование духовно-нравственных качеств молодежи на основе использования культуротворческих технологий социально-культурной деятельности : дис. ... канд. пед. наук. – Тамбов, 2007.
4. Сазонов Е. Ю. Взрослые проблемы детского театра // Театр и школа. – СПб. : Лицей, 1999.

ПРАКТИКА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ОСВОЕНИЯ КУЛЬТУР В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ДЕТЕЙ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

Р. А. Ахматьянов, К. И. Суфиярова
Бирская специальная (коррекционная)
общеобразовательная школа-интернат V вида,
г. Бирск, Республика Башкортостан, Россия;
МБОУ СОШ с. Шулганово Татышлинского района,
Республика Башкортостан, Россия

Summary. The article considers different approaches to the definition of the term «culture». Discusses the practical issues of intercultural communication and cultural development in the education of children in primary school.

Keywords: language; culture; mentality; intercultural communication.

Понятие «культура» очень многогранно. Существуют различные подходы к пониманию культуры. Философский подход даёт самую широкую панораму видения культуры, предполагая изучение фундаментальных оснований человеческого бытия, глубин самосознания народа. Сторонники когнитивного подхода к определению культуры утверждают, что культура рассматривается как знание и познание. Суть антропологического подхода – в признании самоценности культуры каждого народа, которая лежит в основе образа жизни и отдельного человека, и целых обществ. Иными словами, культура – это способ существования человечества через многочисленные локальные культуры. Социологический подход понимает культуру как фактор образования и организации жизни общества. Организующим началом считается система ценностей каждого общества. При семиотическом подходе культура рассматривается как совокупность определённых знаков. На этом основании можно рассматривать проблемы взаимоотношения языка и культуры, которые играют огромную роль для успешного общения людей и, особенно, в процессе обучения русскому языку детей-билингвов в начальной школе.

Язык и культура – нерасторжимые явления. Взаимосвязь языка и культуры подтверждается тем, что язык является и продуктом культуры и её составной частью. Опираясь на антропологическое толкование культуры, именно человек как языковая личность является связующим звеном между языком и культурой.

У каждого этноса формируется своя этническая картина мира, то есть у каждого народа складывается своя система отношений

к ценностным ориентирам. Система мировоззрения, основанная на этнической картине мира, включает в себя представления о приоритетах, нормах, морали поведения в конкретных ситуациях, может рассматриваться как традиционное сознание или менталитет [2]. Наряду с понятием менталитета используется понятие национального характера. Особенно эта мысль возникает во время пребывания в чужой этнической среде. Люди, принадлежащие иной общности, во многих отношениях сильно отличаются от представителей других социально-этнических общностей. Об этом свидетельствуют черты их жизни, быта, поведение. О качестве средств существования и выражения национального характера говорит фольклор, национальная классическая литература, музыка, искусство и т. д. Для формирования полноценной билингвальной языковой личности в процессе обучения детей младшего школьного возраста необходимо учитывать их национально-специфические черты.

Проиллюстрируем сказанное на примере башкирских слов-обращений, которые используют наши ученики в семье в реальных ситуациях семейного общения.

У башкир широко используются в качестве речевых обращений слова терминов родства, в отличие от русского языка. В русском языке принято обращение к брату и сестре просто по имени. В тюркских языках весьма существенной является возрастная дифференциация: обращение к младшему брату – *энекаш*, *мырза*, *энем* к младшей сестре – *кәрендәш*, *һылыуым*. При обращении к старшему брату используется слово *агай*, к старшей сестре – *апай*. Называть по имени не принято даже среди одновозрастных братьев и сестёр.

В обращении к родственникам имеет значение и относительный возраст собеседника, родственные отношения: бабушка со стороны матери – *өләсәй*, дедушка со стороны матери – *олотай*, дедушка со стороны отца – *картатай*, бабушка со стороны отца – *картәсәй*.

К родственникам, к которым испытывают особую привязанность и уважение, можно обращаться – *сибәр апа* (красивая тётя), *сибәр агай* (красивый дядя), *ак эбей* (белая бабушка), *ак бабай* (белый дедушка), *бал эбей* (медовая бабушка), *бал бабай* (медовый дедушка), *алма апай* (тётушка-яблочко), *зур апай* (старшая тётя) и др. Таким образом, можно видеть, что речевое поведение представителей разных лингвокультурологических общностей выражает национально-культурологический характер.

В заключение хотелось бы сказать, что в начальной школе в условиях билингвизма важно обучать детей межкультурному контакту и межкультурной компетенции для понимания и формирования умений воспринимать и интерпретировать явления других культур.

Библиографический список

1. Язык и культура : учеб. пособие / под ред. Л. Г. Саяховой. – Уфа : БГУ, 1995. – 170 с.
2. Язык. Культура. Образование : моногр. / под ред. Е. В. Харченко. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2008. – 200 с.

THE USE OF INTERACTIVE METHODS IN THE DEVELOPMENT OF CRITICAL AND CREATIVE THINKING

Z. H. Kasimova

**State Institute of Art and Culture of Uzbekistan,
Tashkent, Uzbekistan**

Summary. This article raises the problem of that the essential traditional system of communicative preparation of students is isolated from life and work of a specialist. It is over-theorized, limited in terms of time and content, which is manifested in the fact that students are deficient in communication, suffer from the lack of its active methods; form the insufficient level of the students. Emphasized in the article the value of the development of the technological cards of the lessons, which combines the lesson plan with the dosage time, purpose and objectives, conceptual contents, methods, techniques and means, guaranteed result, the list of necessary literature and sources, and other components of the lesson.

Keywords: The critical thinking; the creative thinking; training; Brain storm; the education system; Syndikate; modern; method; teacher; a method of discussion.

New millennium determines hopes of people for favorable changes, expectations accomplishment of far-reaching plans. It is difficult to speak about plans for the future without education. In many respects the education defines human life, his prosperity and the main thing – an opportunity of self-realization.

Moral and intellectual principles are necessary for the person for his most full development in compliance with his abilities and inclinations. Correct thinking and kind customs – are a basis of the education formed already in the 8th century.

To bring up the free moral person, it is necessary, first of all, to aspire to form and develop intellectual skills of independent critical

and creative thinking. The critical thinking allows to the person to analyze the information, to select the necessary facts, to comprehend them logically, to draw conclusions and summaries, allows to form own point of view on various social, cultural and political phenomena of the life.

The creative thinking allows to the person to predict development of those or other phenomena, events, to generate own ideas, to search for arguments in confirmation of the position.

The development of the critical and independent creative thinking should become a basis of education and development of the person. In this sense we understand essence of the developing training. The 21st century demands essentially new approaches to the education.

The training should be developing in contest of the plan for development of the independent critical and creative thinking. But it is insufficient the presence in the system of teacher and a book, which reflecting one point of view accepted in certain society for reaching of this purpose.

It is necessary wide field of information activity, various sources of the information, various sights, the points of view on the same problem, inducing pupils to independent thinking, search of own argued position. It needs new methods and means of the training for reaching of this purpose.

The education system – is integral, but open system, one of which essential characteristics is its self-descriptiveness. This information system does not mean that in the education system is supposed only the mastering of the information.

The main thing is an active work with the information in which basis is provided independent critical and creative thinking. Now it is considered insufficient the purpose of transfer and mastering of the experience which has been saved up by mankind. Only an active purchase of own experience of knowledge, independent purchase all new knowledge on the basis of application of before acquired things can meet needs of modern generation of youth.

«The critical thinking can be formed only on problem statement of the material, necessity of search of the additional information, discrepancy of the points of view» [3]. The creative thinking is formed also at presence of the problem demanding of search of the decision, sometimes original approach, and needs of self-expression. The modern education system, basing on traditional sources of the information and the control of process of knowledge, such as school textbooks, the manuals, sold under the direction of the teacher, demands an expansion of the information field. Such system demands also other didactic methods, other methods and technologies of the training adequate to the personal-guided approach in the education.

Pupils receive the information besides the specified sources from mass media, global telecommunication network like Internet, which's recognition, comprehension and analysis also it is necessary the existence of the critical thinking. For the formation of the critical and creative thinking it is possible to result some strategy of the pedagogical technologies which are activating an independence of the pupils during the training.

1. A method of discussion.

Discussion is an exchange of opinions, ideas or knowledge between the teacher and students under the certain circuit and with observance of the order.

Advantages of the discussion: Understanding of many factors and motives; Persuasiveness of conclusions; Activation of students.

2. Brain storm.

Brain storm – is a well-known, widely used method of the decision of the problems, stimulating participants to use own imagination and creativity. It helps to find the big number of decisions of any set problem.

Rules on carrying out of brain storm:

1. During considering it is not allowed to do any estimation.
2. It is necessary to encourage all on consideration of big circle of the most unexpected ideas
3. Everyone can be based on another's ideas and changes of them.
4. All ideas are fixed by group of people which are not participating in discussion.

3. Syndicates, as a method of the training.

Syndikate (subgroups) are created in the big group for discussion, carrying out of exercises or business games, work on the project or other practical work. In syndicates it is provided personal participation of everyone in work, and it pushes each pupil to considerate the phenomena, well determines knowledge of pupils.

4. Role-playing games (RPG).

This method allows to beat and dramatize, that what can take place in real vital situation and to discuss, analyze the basic revelations of the problem.

Advantages of RPG: Storage; Availability; Entertaining character; Immersion in process of the training; Alive, visual obviousness; to reveal strong and weaknesses of pupils. In the conclusion it is possible to note the statement of remarkable teacher Ya. A. Kamenski «...the method of the training should reduce difficulties of the training so that it did not raise in pupils displeasures and not avert them from the further learnings» [4].

Bibliography

1. Yesipov N. Razmishleniya po povodu pedagogicheskogo masterstva. – M. : Progress, 1998. – 167 p.
2. Zimnyaya I. A. Pedagogicheskaya psixologiya. – M. : Logos, 2002. – 284 p.
3. Dayana Xalperi. Psixologiya kriticheskogo mishleniya. – Sankt-Peterburg : Luch, 2000. – 147 p.
4. Kamenskiy Ya. A. Izbranniye trudi / Noviye metodi obucheniya yazikam. – M. : Akademkniga, 1965. – 423 p.
5. Mauyerman M. Razvitiye intellekta i yego prirodniye kachestva. – M. : Torgoviy dom grand, 2005. – 347 p.
6. Maxsudova M. A. Muloqot psixologiyasi. – Toshkent : Turon-iqbol, 2006. – 115 p.
7. Chufarovskiy Yu. W. Psixologiya obshneniya v stanovlenii i formirovanii lichnosti. – M. : Sotcial'no-politicheskaya misl', 2004.

СПЕЦИФИКА МОДЕЛИРОВАНИЯ ПОРТФОЛИО ОБУЧАЮЩЕГОСЯ В СТРУКТУРЕ ОРГАНИЗАЦИИ НАУЧНОЙ РАБОТЫ ШКОЛЬНИКОВ

Ю. О. Филиппова, Н. А. Чурин, О. А. Козырева
Кузбасская государственная педагогическая академия,
г. Новокузнецк, Россия

Summary. In article discussed nuance of creating a portfolio at secondary school. As well as the professional-pedagogical formation of personality in the structure of training activities and leisure. Research work is considered as a resource and the result of formation of self-dependent living activities culture.

Keywords: educations; portfolio; self-realization.

Организация научной работы обучающихся образовательных учреждений (ОУ) – одна из интересных тем, иллюстрирующая способы и формы, модели и практику социализации и самореализации личности обучающегося в структуре научной и научно-исследовательской деятельности. Попытаемся уточнить специфику работы и направления моделирования портфолио обучающегося, которое может быть использовано в научно-исследовательской работе обучающегося (НИРО) как итог сформированности культуры самостоятельной работы, а также как результат становления личности в структуре ведущей деятельности и общения. Портфолио в современной педагогической практике относят к предметно-педагогическим презентациям [1–3], выполняемым обучающимися для анализа качества процессов самореализации и продуктивного обучения в ОУ.

Мы под портфолио обучающегося будем понимать ресурс становления личности и продукт самоидентификации, самореализации и самосовершенствования обучающегося, включенного во все виды школьной и внешкольной работы, реализующейся в контексте идей гуманизма и продуктивности, конкурентоспособности и результативности, гибкости и состоятельности социаль-но-педагогической практики.

Направления для выбора оценки портфолио и, как следствие, номинаций награждения могут быть различными:

- 1) дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей;
- 2) обучающиеся сельских школ;
- 3) обучающиеся ООШ;
- 4) обучающиеся СОШ;
- 5) обучающиеся гимназий;
- 6) обучающиеся лицеев; причем для всех 6 направлений в определяемой структуре выделяем совокупность различных видов школьной и внешкольной деятельности обучающегося (спорт, ИЗО, музыка и пр.).

Мы попытаемся в структуре организации заочной научно-практической конференции обучающихся средних общеобразовательных школ, лицеев, гимназий «Портфолио как итог формирования культуры самостоятельной работы обучающегося» (Новокузнецк, 6–7 мая 2014 г.) получить эмпирические результаты проводимого нами исследования на базе первого направления, позволяющего уточнить и верифицировать традиционное представление о портфолио, где направления достижений оговариваются самими воспитателями Д/Д и педагогами-психологами, включающими своих воспитанников той или иной возрастной группы в структуру проводимой ими первой в их практике научно-исследовательской работы обучающихся.

Библиографический список

1. Филиппова Ю. О., Чурин Н. А., Козырева О. А. Специфика и возможности предметно-педагогических презентаций в моделировании организационно-педагогической структуры образовательного учреждения // Педагогическое мастерство (III) : мат-лы Междунар. науч. конфер. – М. : Буки-Веди, 2013. – С. 20–22.
2. Горбунова И. А., Козырева О. А. Профессионально-педагогический кейс педагога по физической культуре : учеб. пособие. – Кемерово : Изд-во КРИПКиПРО, 2012. – 79 с. [+приложение на DVD].
3. Кошелев А. А., Козырева О. А. Портфолио школьника : учеб. пособие. – Новокузнецк : КузГПА, 2011. – 38 с. [+приложение на DVD].

**ФОРМИРОВАНИЕ У ПОДРОСТКОВ
ИНТЕРЕСА К УЧЕБНО-ТЕКСТОВОМУ
МАТЕРИАЛУ ВО ВЗАИМОСВЯЗИ
С ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫМ ИСКУССТВОМ – ЖАНРОМ
ПОРТРЕТНОЙ ЖИВОПИСИ КАК СРЕДСТВО
ДУХОВНОГО РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ**

**Р. С. Мухамедова
Государственный институт искусств
и культуры Узбекистана,
г. Ташкент, Узбекистан**

Summary. In this article we are talking about the formation of adolescents interest in the visual arts.

Keywords: formation of interest; art; identity; teenagers; portrait genre; painting; spiritual development.

В нашей практике педагогическому воздействию подверглись подростки. В их возрастной характеристике выделялись следующие особенности:

– поиск и восприятие неординарного, оригинального, что реализуется на основе определённой складывающейся или уже сложившейся мировоззренческой позиции (зарождение и формирование основы мировосприятия и мировоззрения);

– рост уровня восприятия, в том числе художественного, самостоятельность суждения, логико-аналитический подход к изучаемым явлениям, в частности, в сфере искусства;

– предпочтение сравнению, сопоставлению, выявлению сущности.

Например, в восприятии творений художников – определение идейного смысла, авторского идеала, мировоззренческого аспекта произведения; стремление к собственно-ценностному отношению, в том числе и в сфере искусства; обогащение мировоззренческих ориентаций, формирование своих принципов, определение круга ценностей. Однако во всём этом подростку необходима поддержка и верный ориентир.

Цель использования жанра портретной живописи в процессе изучения литературы: более глубокое изучение не только внешнего облика, но и личности писателя; интеграция приобретённых учащимися впечатлений и знаний о духовном мире писателя в их сознание, в ценностные ориентации.

Задачи:

- систематизация и изучение разбросанного по учебнику текстового материала о личности писателя;
- расширение сферы учебно-литературного материала о личности писателя средствами портретного жанра изобразительного искусства (с информацией об истории и судьбах портретов писателя, с их художественно-эстетическим анализом);
- проникновение в важнейшие сферы личности писателя, обуславливающие идейно-эстетические идеалы творчества – эмоциональную культуру, духовный мир, нравственный облик, идейные позиции, мировоззренческие взгляды;
- воздействие на личность подростков, их сознание, формирующееся мировоззрение – на уровень ценностных ориентаций в личной жизни, обществе, искусстве. Формирование у подростков интереса к учебно-текстовому материалу во взаимосвязи с изобразительным искусством – портретным жанром живописи: технология, методы, их комплекс; задания, их виды; основные средства; условия, оптимизирующие процесс.

Таким образом, педагогические принципы изучения текста учебника во взаимосвязи с жанром портретной живописи предполагает:

- системно-комплексный подход;
- сочетание педагогического руководства с активной деятельностью учащихся (активизацией – мотивацией интересов; проблемностью занятий);
- наглядность – демонстрация портретов писателей работы известных художников;
- переход от конкретики к обобщению;
- движение от эмоционально-чувственного восприятия к абстрактному мышлению;
- оптимизацию и модификацию содержания, методов и средств;
- взаимообусловленность обучения, воспитания и деятельности учащихся;
- единство эмоционального, мотивационного, рационального, содержательного, операционного компонентов обучения – воспитания;
- воспитывающий характер обучения;
- нацеленность на формирование личности подростков.

THE THEORY OF COMPOUND WORDS FORMED IN RUSSIAN GRAMMARS OF XVIII-XIX CENTURIES

Sh. R. Ramazanova
State Institute of Arts and Culture of Uzbekistan,
Uzbekistan, Tashkent

Summary. In this article we are talking about the formation of compound words in Russian grammar in the late XVIII early XIX centuries.

Keywords: composites; derivation; the system derivation; derivational nest derivational chain slovoobrazova-state paradigm; morphology; primary and secondary kompozitobrazovanie; Composites folded; Composites-seam; Composites; abbreviations; secondary-substantivaty composites.

The study of compound words originates from the ancient times, Old Indian and Antic philology [1, p. 14]. The following description of compound words in Russian language was in main Russian grammars of XVIII–XIX centuries, particularly in «Rossiyskaya Grammatika» by M. V. Lomonosov (1755), «Rossiyskaya Grammatika» by A. A. Barsov (1783–1888), and «Prakticheskaya Russkaya Grammatika» by N. Grech (1834). In «Rossiyskaya Grammatika» in the fourth chapter «about the categorematic parts of human word» M. V. Lomonosov wrote about «the origin and compounding words»: «As all things originate from a little quantity and then arose by adding, so the word, according to the known by people meanings, was very narrow in the very beginning, and people use only one meaning. But with the help of adding other notions the word itself had more meanings, which appeared from suffixation and compounding. The suffixation means adding suffixes, for example, from the word «gora» the words «gornitsa, gorist, gornoy» appeared; from the word «ruka» the words «rukavitsa, rukoyatka, ruchka, ruchnoy». The compounding can appear from compounding two or more parts of speech: «poruka» – from the noun «ruka» and preposition «po»; «rukomoynik» – from «ruka» and «moyu». So you can reason about verbs: «rasprostranyayu» consists of the prepositions «raz, pro» and noun «strana» [3, p. 28]. As we can see M. V. Lomonosov considered the composites not only as multi-stems derivative words, but also as one-stem prefixed derivates. It's interesting, that some response of M. V. Lomonosov's thesis is in modern Russian linguistics. In «Rossiyskaya Grammatika» by A. A. Barsov, in its fourth part, «about the origin of the words» the words «origin» and «derivative» were defined as: «All the words are divided into

1. Originated (primitiva), which did not derivate from other words, for example, «solntse, zryu, chist».

2. Derivative (derivativa), i. e. derived from other words, for example, «solnechniy from solntse», «zreniye from zryu», «chishyu from chist», «stareye from star», «odnako from odin», «sledovatelno from sleduyu».

A. A. Barsov considered composites as prefixed and etymological derivatives (for ex. «rukoyatka»). So, A. A. Barsov distinguished some word-formational chains: stem (gora); suffixed derivation (gorniy); compound word, or composite, which was considered as prefixed derivation (nagorniy). It is noticeable that in «Rossiyskaya Grammatika» by A. A. Barsov the term «composite», which wasn't in Lomonosov's works, was presented. In «Prakticheskaya Russkaya Grammatika» by N. Grech [2, p. 11] the attention to the compound nouns and adverbs was paid. N. Grech divided Russian nouns and verbs into original, derivative, and compound. In the paragraph «Word-formation of the compound nouns» he wrote: «One of the two nouns in a compound word is defined more clearly with the help of the other. As a rule the defined word is in the end, for example, «polkovodets, krovopiytsa, zemledelets, etc.». This composition includes two nouns, one of which is in common case, and another is in possessive case: «vodets polka, piytsakrovi, deletszemly» [2, p. 50].

Compound words are formed by the following means:

1. The first noun changes the last letter (according to the previous consonant) into -o- or -e-, for example, «khlebosol, mukhomor, ljeprorok, chestolyubets, tuchegonitel». The changed consonants are sometimes turned out into, for example: «drujelyubiye».

2. The nouns of neuter gender, which already have ending -o- or -e-, don't change, for example, «zlodeyaniye, morehodets». It may be with the nouns of the other gender, though very rare, for example: «Tsargrad, nochleg, polden». But in this case, one noun doesn't define another as they both are related to the same subject, like the noun and adjective.

3. The following noun accepts the ending «iye»: «chernoknjiye, blagochestiye» [2, p. 51].

N. Grech denied compounding referring to the verbs. «We don't have compound verbs. The verbs «blagojelatelstvovat, zloslovit, protivorechit, ljemudrstvovat, etc.» derivate from compound nouns» [2, p. 125]. The problems of Russian composite-formation were described by N. Grech rather consecutive. The particular attention was paid to referring the composites to the parts of speech, semantic-syntactic relations between them, and the morphonology of the composites. The problems of linking vowels (interfixes) and morphemic alternation aroused the special interest. He considered interfixes -o- and -e- as «auxiliary letters», though he didn't consider the possible homonymy

with grammatical endings of the neuter gender: «khlebosol, tuchegonitel» – from the one hand, and «zlodeyaniye, morekhodets» – from the other. Morphological consonant interchange was considered by N. Grech as «transformation of consonants» – «drujelyubiye». N. Grech also considered the problem of the compound words, which were considered as derivatives on the base of multi-stem words. Compound adverbs and verbs, according to N. Grech, originated from compound nouns: «malovodniy from malovodiye», «zloslovit from zlosloviye».

Summing up, we should say that to the middle of XIX century the study about compound words (the composites) was just forming. It's connected with the general unformed theory of morphology and word-formation.

Bibliography

1. Vasilevskaya E. A. Slovoslojeniyе v russkomyazike (ocherki i nablyudeniya). – M. : Uchpedgiz, 1962. – 132 p.
2. Grech N. Prakticheskaya Russkaya Grammatika. Published by N. Grech, 2nd ed. – SPb., 1834. – 682 p.
3. Lomonosov M. V. Rossiyskaya Grammatika. 1755. Facsimileedition, 1982. – 213 p.

ВЗАИМОСВЯЗЬ РУССКОГО ЯЗЫКА С МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРОЙ В ХОДЕ ПРЕПОДАВАНИЯ В ВУЗАХ ТВОРЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

М. М. Туляганова

**Государственный институт искусств и культуры
Узбекистана, г. Ташкент, Узбекистан**

Summary. The article reveals the interdisciplinary communication in universities creative direction, as today language is seen as a means of professionalization and integration into the origins of culture, art and literature. It gives the notion of species biographies and their distinctive features. Also presents a system of lexical and grammatical work during mastering the art of biography.

Keywords: biography; norm; language; culture; literature; vocabulary; image; information; multidimensional; morphology; arts and culture; linguistic information; the moral foundations; foreign language; speech; speech norms.

В ходе обучения дисциплинам гуманитарного цикла на продвинутом этапе (в вузе) происходит наиболее интенсивный рост морально-нравственных устоев личности. Ибо обучение и воспитание – неразрывный процесс, и его целостность диктует свою методику в постижении основ мировой культуры, искусства и науки.

Русский язык – предмет, дающий учащимся не только знания иноязычной речи – это основа для постижения русской культуры и её бриллианта – литературы. При изучении русского языка в вузах творческого профиля тесна связь с другими предметами, но особое взаимодействие, как показывает опыт, происходит с дисциплиной «Мировая литература». Овладение речевыми нормами осуществляется в ходе изучения текстов, объединённых тематически. Одна их первых тем – и это увязано с типовой программой – изучение автобиографии. Этот жанр представлен в мировой литературе весьма разнообразно. При знакомстве с биографией какого либо творческого человека, мы, прежде всего, раскрываем значение понятия «биография» (жизнеописание). И, конечно, разъясняем разновидности биографии:

- научная биография (её особенности: хронологическая точность и последовательность, документальность) изучаются в курсе «Русского языка в национальных группах неязыковых вузов» позже, при изучении темы «Научно-исследовательская работа студентов»;

- научно-художественная биография (составляется на основе воспоминаний современников и близких);

- художественная биография. Этот вид (или жанр) биографии всегда вызывает особый интерес у студентов уже на первых этапах изучения русского языка.

В русской литературе этому жанру отводится видное место, многие биографии вошли в серию «Жизнь замечательных людей», основанную А. М. Горьким в 1934 году. Нельзя не вспомнить точные характеристики и ценные по своей сути высказывания И. Андронникова «Биографический жанр – понятие сложное хотя бы потому, что обнимает собой сочинения различных жанров». Этот вид литературы, имеющий многоаспектный характер, несущий огромный воспитательный характер, весьма притягателен для учащихся. Весьма интересны в этом плане книги В. Вересаева «Пушкин в жизни», «Гоголь в жизни», книги П. А. Вяземского «Д. И. Фонвизин», «Биография Ф. И. Тютчева».

Безусловно, знакомство с литературой подобного характера, несёт много информации и требует больших усилий, но использование фактов из вышеназванных произведений весьма полезно в воспитательных целях и вполне по плечу студентам с подготовкой, обучаемых в институтах искусств и культуры. Ведь для этих обучаемых – знание биографий великих деятелей искусства, культуры и литературы – профессиональная необходимость. Освещение жизни великих людей всегда интересно для их

почитателей. Этот интерес заставляет учащихся непроизвольно запоминать факты биографии на основе определённых языковых средств, и это запоминание является прочным и осознанным. Объединяя в себе черты художественного изображения с реально происходившим в жизни известных деятелей искусства и литературы, художественная биография становится действенным средством обучения и воспитания средствами русского языка.

Весьма многообразна лексико-семантическая работа при изучении этого жанра:

- а) языковая догадка;
- б) подбор синонимов и антонимов;
- в) словотолкование;
- г) перевод (на узбекский язык);
- д) отбор для словарей.

После подачи лексики в полном объёме идёт работа по усвоению содержания текста, которая строится следующим образом:

а) чтение с комментарием фактов, первостепенных для конкретного текста;

б) построение (формулирование) смысловых вопросов по его содержанию;

в) вопросно-ответная беседа;

г) составление микротекстов с опорой на лексические средства;

д) выделение главной информации, характеризующей того, кому этот текст – биография – посвящён.

Для усиления воспитательного потенциала используются информационные средства обучения. Компьютер позволяет наглядно передать большое количество информации. Составление слайдов поручается студентам, которые с большим удовольствием и пользой для себя занимаются этим видом творческой деятельности. Систематизация знаний, умений и навыков в ходе изучения художественной биографии осуществляется весьма интенсивно, при этом овладение языковыми и речевыми средствами русского языка происходит естественно, без напряжения, в условиях обмена информацией педагога и студентов. Так на деле осуществляется гуманистически ориентированное обучение русскому языку. Эта дисциплина в данных условиях выступает средством профессионализации и приобщения к сокровищнице мировой культуры, в данном случае – русской литературы. В ходе подобной работы над художественной биографией мы видим и языковой, и речевой, и морально-этический рост студентов творческих вузов.

Библиографический список

1. Шанский Н. М. Педагогическое содержание и лингводидактический характер внеклассной работы по русскому языку в нерусской школе. – М., 2002.
2. Кошелева А. Ф. Мировая литература. – Ташкент : УзРФААК, 2006.
3. Андроников И. Ступени человеческого опыта // Вопросы литературы. – М., 1983. – № 10. – С. 54–63.

ГРАЖДАНСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ – ВАЖНОЕ КАЧЕСТВО КАЖДОГО СТУДЕНТА

М. Иргашова

Ташкентский государственный педагогический
университет, г. Ташкент, Узбекистан

Summary. In this article we are talking about the formation of civic responsibility in each student.

Keywords: civic responsibility; personality; student; society; education; formation and responsibility.

Гражданское воспитание является одним из важных в формировании гармонично развитой и физически здоровой личности. В Республике Узбекистан этому вопросу уделяется огромное внимание. 2014 год объявлен «Годом здорового ребёнка». В годы суверенитета были установлены меры по организации гражданского воспитания, при этом обращая особое внимание на большое значение внесения личного вклада в укрепление государства. Социальное, экономическое и культурное развитие, место, занимаемое в мировом сообществе, а также развитие будущего определённого государства связано с полноценным развитием граждан. Гражданство означает непосредственную принадлежность личности к определённом государству.

В «Толковом словаре узбекского языка» говорится, что гражданство является правовым состоянием гражданина [1, с. 369]. В словаре «Мустакиллик. Изохли илмий-оммабоп лугат» данное понятие толкуется следующим образом: гражданство – нахождение личности под покровительством определённого государства независимо от нахождения внутри или вне территории государства и подтверждение этого правовыми документами [2, с. 370]. «Республика Узбекистан, вступив на путь самостоятельного развития, поставила перед собой цель построения демократического, справедливого, гражданского общества и правового государства, которая была мечтой узбекского народа в течение многих

столетий, а также в правовых документах она проявила себя в гуманистическом духе» [2, с. 371].

Гражданство выражает тесную связь гражданина с государством, а также их взаимоотношение. Если государство защищает интересы, права и авторитет своих граждан, то и с граждан требуется внести свой вклад в социальное, экономическое и культурное развитие страны и бороться за её достойное место в мировом сообществе. Поэтому наличие у граждан гражданской ответственности является важным требованием. А само понятие «гражданская ответственность» состоит из двух самостоятельных слов «гражданство» и «ответственность».

Независимость для молодой и суверенной республики создала возможность выбора пути развития, прогресса. Установление солидарности и понимания среди граждан в Республике Узбекистан приобрело особое значение. Обоснованная в годы суверенного существования национальная идея служит объединением всех граждан в достижении единой социальной цели.

Общество гарантирует гражданам наличие у них широкого мировоззрения, крепкого идеологического иммунитета, а также объединение общенациональных интересов с личными интересами и объединение граждан в достижении единой социальной цели. Одной из важных социальных задач является сохранение независимости, что символизирует свободу нации и благородную мечту народа, и укрепление её в обстоятельствах, когда идеологические войны, т. е. попытки овладеть разумом человека, находятся в самом разгаре. Для реализации этой задачи необходимо формировать у населения, в том числе у подрастающего поколения, гражданскую культуру и повысить у них гражданскую ответственность. Поэтому важно, чтобы все граждане государства несли ответственность за обеспечение единства языка и региона, национальной валюты, а также деятельности органов управления.

Укрепление независимости Узбекистана, который основывается на передовых идеях демократии и гуманизма, обогащение социальных, экономических и культурных достижений, сохранение национальных ценностей и передача их подрастающему поколению требуют от граждан внести свой вклад в социальное развитие, опираясь на свои интеллектуальные и физические возможности, а также вести активную деятельность в общественной жизни. Сознательное отношение к победе, достижениям и успехам общества в процессе демократического развития, активное участие в умножении и использовании достижений показывает

у них наличие гражданской ответственности. Для организации гражданского воспитания в высших учебных заведениях необходимо вовлечь педагогов, имеющих широкое мировоззрение, большой опыт и глубокие научные знания в организацию гражданского воспитания; обеспечить технологический и творческий подход к организации гражданского воспитания; использовать эмоциональные и эффективные формы, методы и средства в воспитании полноценного гражданина путём изучения опыта зарубежных стран; эффективно использовать возможности республиканского молодёжного общественного движения «Камалот» в процессе обеспечения глубокого осознания студентами своего долга и обязанностей; установить сотрудничество среди местных отделений политических партий, общественных организаций и учебных заведений. Решение названных задач поможет студентам стать полноценными гражданами.

Библиографический список

1. Толковый словарь узбекского языка. Таржибот – Шукр : в 5 т. – 4-й т. – Ташкент : Государственное научное издательство «Национальная энциклопедия Узбекистана», 2008.
2. Мустакиллик. Изохли илмий-оммабоп лугат. – Тошкент : «Шарк» нашриёт-матбаа акциядорлик компанияси Бош тахририяти, 2006.

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ТОЛЕРАНТНОСТИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ К ПРЕДСТАВИТЕЛЯМ РАЗНЫХ НАЦИОНАЛЬНОСТЕЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ВУЗА

**Е. А. Белецкая, С. Демирхан,
Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия**

Summary. Modern education should promote the formation of future specialists set of subject-specific qualities, defined as «social competence». Among the most important, «key» social competence: adapting to a fast-changing social environment, intercultural communication.

Keywords: tolerance; education; etymology; approaches; multinational surrounding; solutions.

Сегодня, насколько нам известно, многоуровневый процесс воспитания реализуется в условиях трансформированного состава и деятельности субъектов воспитания – семьи, государственных структур, образовательных учреждений, религиозных

организаций, общественных объединений, средств массовой информации. В связи с этим каждая структура привносит свои законы, принципы, установки в формирование толерантного сознания [5].

В современном обществе сущность и специфика формирования толерантности студентов к представителям разных национальностей в вузах культуры и искусств складываются из объективных и субъективных предпосылок формирования педагогической парадигмы воспитания толерантной культуры, основанной на принципах преемственности воспитания в процессе студенческой среды, его индивидуализации и дифференциации [7].

Более конкретно специфика толерантной культуры студентов (а именно так мы считаем, переживая свой собственный опыт за два года обучения в стенах Белгородского государственного института искусств и культуры) определяется индивидуальными чертами темпераментов студентов в сочетании с системой нравственных ценностей, усвоенных ими.

Именно поэтому мы позволяем себе утверждать: знание особенностей типов темперамента позволяет достаточно зримо и реально расширить диапазон восприятия других людей, понять природу их реакций и поступков в различных ситуациях, допуская при этом широкий спектр их эмоциональных проявлений [5].

Что же касается функций толерантности в структуре формирования личности студента, то они могут быть представлены следующим рядом (или классификацией): гуманитарная, идентификации, социально-адаптивная функции (есть, разумеется, и другие). Все они характеризуются тем, что позволяют способствовать стабилизации эмоционально-личностного состояния студентов и направлены на достижение взаимопонимания и согласия в процессе общения студентов, на развитие таких значимых качеств личности, как эмпатия, доверие, сочувствие, сопереживание, открытость и самопознание [4].

Поясняя и уточняя основные характеристики названных функций, мы подчеркнём, что, например, суть и назначение гуманитарной функции состоит в формировании ценностных ориентаций и интересов студентов с целью развития духовно богатой личности, умеющей противостоять технократизму и бесчеловечности [6]. Функция идентификации проявляется в процессе воспитания толерантности, так как человек постоянно меняет собственные представления о самом себе, живя в напряжении противоречивых мотивов и ожиданий.

В свою очередь, социально-адаптивная функция толерантности включает активное приспособление человека к изменившейся

ся среде на основе осознанного формирования новых способов своего поведения, гармонизирующих взаимоотношения с окружающими. А так же – оптимизацию взаимоотношений индивида с группой, сближение их целей, ценностных ориентаций, вхождение индивида в ролевую структуру группы [3].

В образовательном пространстве вуза специфика формирования установки на толерантность выражается (и во многом состоит) в способности и, что крайне важно, в готовности руководителей образовательных учреждений, преподавателей и студентов к равноправному диалогу посредством синергетического взаимодействия. Оно же предполагает (и включает в себя) [5]:

- вариативное использование методов обучения и воспитания, активизирующих развитие толерантности студентов;

- вовлечение студенческого контингента в принятие актуальных вузовских решений и проблем;

- разработку программ совместной деятельности в рамках соотношения «педагог-студент», в ходе которой студенты: отрабатывают умения и навыки чётко формулировать (и корректно отстаивать) собственную позицию в отношении спорных вопросов; учатся мыслить критически; уважать позицию Другого как свою собственную в границах межэтнической корректности и терпимости [2].

Обобщая сказанное выше, мы можем заключить: специфика формирования этнической толерантности студенческой молодёжи в процессе межкультурного общения, определяется целенаправленным взаимодействием личности и социального окружения. В процессе взаимодействия происходит активное познание богатого многообразия культур других народов, обогащение новым культурным достоянием и социальным опытом [5], выработка у студенческой молодёжи способности понимания и признания естественности и многообразия способов самовыражения и проявления человеческой индивидуальности [4].

Сущность формирования этнической толерантности студенческой молодёжи в процессе межкультурного общения состоит в её понимании как целенаправленного и детерминированного социокультурными условиями педагогического процесса передачи молодому поколению совокупного человеческого опыта. Он же, в свою очередь, направлен на выработку у студенческой молодёжи уважения, принятия и понимания богатого многообразия культур нашего мира, форм самовыражения и способов проявления человеческой индивидуальности [5].

Это достижимо на основе принципов согласия – уважения – взаимной свободы и предполагает следующее: умение вести

диалог с представителями других культур [1]; признавать позицию и точку зрения Другого; тактично выражать свои взгляды, права и потребности; владеть и пользоваться моделями конструктивного и демократического разрешения конфликтов в межнациональной среде (вузов, в частности).

Библиографический список

1. Белецкая Е. А., Яковлева Л. В. Воздействие народной художественной культуры на самосознание личности // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2012. – Т. 1. – № 40–3. – С. 101–106.
2. Валитова Р. Р. Толерантность: порок или добродетель // Вестник Московского ун-та. – 1996. – № 1. – С. 33–37. – (Сер. 7. «Философия»).
3. Лазарева Е. С. Проблема формирования этнической толерантности как важнейшее условие стабильного развития современного общества // Актуальные проблемы социально-культурной деятельности : сб. тр. – Тамбов : Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество», 2011. – Вып. 5. – С. 35–39.
4. Клыгина Е. А., Коваль Н. А., Комаров В. В. Психологические аспекты адаптации вынужденных мигрантов : моногр. – Тамбов : Федер. агентство по образованию; ТГУ им. Г. Р. Державина, 2005. – С. 98–114.
5. Михайлов М. Г. Формирование толерантной культуры подростков в процессе внеурочной деятельности : автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Тамбов, 2006.
6. Хотинец В. Ю. Теоретико-методологические основания и эмпирические исследования этнической индивидуальности человека // Полисистемное исследование индивидуальности человека / под ред. Б. А. Вяткина. – М. : ПЕР СЭ, 2005. – С. 50–90.
7. Червякова Л. Д., Сапожникова Е. Э. Проблемы межкультурной коммуникации: культурная идентификация и конфликт культур в деловой дискурсивной практике : учеб. пособие. – М. : Изд-во РУДН, 2006. – С. 56.

СТАНОВЕДЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ В ПРОЦЕССЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ

В. В. Дегтяренко, Ю. Г. Фатеева
**Волгоградский государственный медицинский
университет, г. Волгоград, Россия**

Summary. This article deals with the problem of adaptation of foreign students. Set of techniques that reduce stress adaptation involves the study of material on the history and culture of the country of the studied language.

Keywords: foreign students; adaptation stress; social adaptation; cultural adaptation; regional studies material.

Современные тенденции развития общества, стремление к глобализации, укрепление экономических, научных, межкультурных и политических связей приводит к тому, что большое

количество студентов выбирают обучение за рубежом. В этой ситуации Россия по-прежнему представляет интерес для иностранных граждан как страна с давней историей и традицией обучения в вузах зарубежных студентов.

Однако, решив получить образование за рубежом, студенты должны понимать, что им предстоит встретиться с рядом трудностей, одной из которых является адаптация в инокультурной среде, так как им придётся жить в стране с непривычными культурно-детерминированными ценностями, традициями, нормами и правилами общения, поведения.

Адаптация в современном научном знании понимается неоднозначно. Так, с точки зрения биологии, адаптация – приспособление организмов к условиям их существования. «В физиологии и медицине адаптация обозначает процесс привыкания организма к изменению внешних условий среды» [6]. Социокультурная адаптация подразумевает «приспособление индивида (или группы) к условиям новой социокультурной среды, а, следовательно, и к новым ценностям, ориентациям, нормам поведения, традициям так, чтобы успешно существовать в новом окружении» [5]. Нам же наиболее полным представляется понимать под адаптацией процесс активного и осознанного приспособления к новой социокультурной среде. При этом адаптация будет успешной, если будет проходить на основе понимания социокультурных традиций новой среды и умения соответствовать им в условиях конкретных ситуаций.

Отмечается, что в процессе адаптации к иной среде иностранные студенты сталкиваются с такими сложностями, как налаживание социальных контактов, преодолением языкового барьера, избавление от стереотипного восприятия представителей другой культуры, а также приспособление к образу жизни, ценностям и интересам нового сообщества. Наибольшие сложности возникают в первые месяцы обучения иностранных граждан в России. Данная проблема уже более 50 лет успешно решается профессорско-преподавательским составом кафедры русского языка и социально-культурной адаптации Волгоградского государственного медицинского университета.

Особенно сложный адаптивный период для иностранных граждан – первые дни, недели в чужой стране. Здесь сложности вызывает практически всё: бытовые проблемы, материальные трудности, вызванные отсутствием знаний об экономике нашей страны, отсутствие родительской опеки. Для большинства

студентов становятся причиной стресса климатические условия средней полосы России. Наиболее частыми являются жалобы на потерю аппетита, усталость, вялость, бессонницу, плохое настроение, тоску по родным и апатию. Решить все эти проблемы призваны специально организованные на базе вуза центры поддержки иностранных студентов, которые занимаются социальной адаптацией иностранцев. Преподавателями кафедры русского языка и социально-культурной адаптации в этой ситуации помогают согласовывать нормы и модели поведения новой среды с уже имеющимся социальным опытом иностранных студентов. Значительную роль здесь играют наряду с административными организациями и студенческие так называемые землячества иностранных студентов.

Исследователями подчёркивается, что в ходе овладения навыком проживания в новой иноэтнокультурной среде иностранные студенты проходят такие этапы, как автономность, ассимиляция и интеграция [подробнее см. 2]. Переход из одного этапа на другой должен происходить максимально безболезненно и незаметно для студента. Для обеспечения наиболее комфортной адаптации в Волгоградском государственном медицинском университете разработано и много лет функционирует взаимодействие кураторов, педагогов, методистов по оказанию помощи иностранным студентам на различных социальных уровнях, учебно-образовательном и социально-бытовом.

Наибольшее количество трудностей возникает в непосредственном спонтанном общении с носителями языка. Практически все студенты отмечают, что первый опыт общения чаще проходит неудачно, так как даже обладание знаниями языка, но без практического выхода в речь, не является гарантом успешной коммуникации. В первые дни студентам нередко приходится общаться при помощи жестов, мимики и отдельных фраз, что приводит к созданию курьёзных ситуаций. Это часто смущает, а иногда и огорчает иностранцев. Однако позднее эти ситуации неизменно вспоминаются с улыбкой.

Важным этапом «привыкания» иностранных студентов к новым условиям является процесс аккультурации, т. е. процесс усвоения элементов другой культуры. Для этого на занятиях по практике устной и письменной речи русского языка как иностранного используются страноведческие тексты, знакомящие иностранных студентов со способами поведения

в России, с принятыми ценностями, с особенностями взаимоотношений между людьми, с традициями и обычаями. Речевой этикет – одна из ключевых тем, изучение которой не прекращается на протяжении всего периода обучения в России. Моделирование обыденных речевых ситуаций, отработка навыков общения на неродном языке и применение их на практике способствует снижению адаптивного стресса. Первую «пробу» студенты проходят в среде своих сверстников: встречи с русскими студентами медицинского и других вузов города в первые недели пребывания иностранных граждан в университете стали доброй традицией.

Однако аудиторными занятиями не исчерпывается педагогический потенциал преподавателей кафедры. Основной формой работы педагога на адаптационном этапе является активное ознакомление студентов с новой социокультурной средой. Это и прогулки-экскурсии по городу, посещение музеев и исторических мест, знакомство с бытом страны, её традициями.

В этом отношении Волгоград – город с героическим военным прошлым – предоставляет неограниченные возможности для знакомства с историей России. Наибольшей популярностью среди иностранных студентов пользуются экспозиции, посвящённые Великой Отечественной войне, такие как Музей-панорама «Сталинградская битва», Мамаев курган. Посещение мемориальных мест даёт более яркое представление о стране, в которой студентам предстоит обучаться, знакомит с историей и традициями России.

Стереотипы бытового общения педагоги «преподают» также в условиях непосредственного контакта с людьми в различных жизненных ситуациях. Несомненно, в обычных условиях обучения в родной стране на родном языке студент адаптирован к родной среде и легко справляется с проблемами взаимодействия со средой. Другая картина, когда учащийся находится в неродной среде: простые контакты оборачиваются для него проблемами, требуют значительных усилий. Так, для молодых людей, лишь несколько недель находящихся в другой стране, даже поход в магазин может стать непреодолимой проблемой. Обыгрывание таких ситуаций сначала в искусственно созданных условиях, совместное посещение торговых точек и совместное совершение покупок способствует снятию страха перед совершением ошибки.

Основным требованием, предъявляемым в процессе адаптации и к студенту, и к педагогу, является толерантность. Ведь главное в процессе обучения в иностранной среде сохранить верность своим традициям и научиться уважать самобытность «чужих».

Отметим, что процесс адаптации иностранных студентов не завершается на начальных курсах, а идёт постоянно. В итоге происходит «феномен вторичной адаптации», в ходе которой «личность сохраняет себя как уникальное, своеобразное социокультурное образование, что связано, прежде всего, с неповторимыми условиями той социокультурной среды, в которой произошло её развитие и становление. Вторичная адаптация как процесс есть расширение границ мировидения, без отрицания, угасания или подмены первооснов» [4]. Ведь именно воспитание всесторонне развитой личности является одной из главных задач высшей школы. Вместе с тем, «обучающиеся в России иностранные граждане – это будущая интеллигенция, у которой сформировано толерантное отношение к России и которая в то же время является социальным каналом, позволяющим расширять позитивную информацию о Российской Федерации» [3]. Такая репутация страны, давшей выпускникам-иностранцам высококачественное высшее образование, является залогом более быстрой и более успешной адаптации вновь прибывших студентов.

Библиографический список

1. Витковская М. И., Тропук И. В. Адаптация иностранных студентов к условиям жизни и учебы в России (на примере РУДН) // Вестник РУДН. – 2005. – № 6–7. – С. 267–283.
2. Гребенникова И. А. Педагогическое сопровождение адаптации иностранных студентов в российском вузе : автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Биробиджан, 2010.
3. Игнатенко О. П., Фомина Т. К. Роль агентов социализации в профилактике межнациональных конфликтов (из опыта социологического анализа) // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2013. – № 5. – С. 58–63.
4. Кривцова И. О. Социокультурная адаптация иностранных студентов к образовательной среде российского вуза (на примере Воронежской государственной медицинской академии им. Н. Н. Бурденко) // Успехи современного естествознания. – 2011. – № 8. – С. 284–288.
5. Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб. : Питер, 2003.
6. Сурьгин А. И. Педагогическое проектирование системы предвузовской подготовки иностранных студентов. – СПб. : Издательство «Златоуст», 2001.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ НОВОЙ ФОРМАЦИИ

А. Ф. Кошелева

Государственный институт искусств и культуры
Узбекистана, г. Ташкент, Узбекистан

Summary. This article focuses on the use of innovative methods in the preparation of the new formation. In it we are talking about the modern education system, using traditional and innovative approaches.

Keywords: professionalization; specialist; modern education; technology; training; information; traditional; computerization; technological innovation; educational technology; scientific text.

Особое место в процессе современного обучения отводится его интерактивным формам, позволяющим достигать весьма впечатляющих результатов. В век информационных технологий существенным становится не столько информативная составляющая презентуемого материала – хотя и она весьма важна – сколько её содержательная ёмкость и глубина, способствующие интеллектуальному и профессиональному росту обучаемых. Исключительно важное место в Узбекистане отводится подготовке высококвалифицированных кадров, соответствующих мировым стандартам. Президент И. А. Каримов подчёркивает: «Нам нужны умные, образованные люди, которые смогут вести полемику с ведущими учёными в любой сфере» [1, с. 131]. Это серьёзная и важная задача, решение которой определяет и тактику, и стратегию в области образования всей научно-методической армии нашей республики.

Всё отчётливее в содержании обучения проявляется тенденция к всестороннему развитию личности в сочетании с её профессионализацией в ходе изучения всех дисциплин. Сегодня стало обычным явлением сочетать традиционные подходы с инновационными в образовании столь тесно, что существующая ныне система обучения стала представлять собой многопрофильный, многоаспектный феномен, требующий к себе пристального внимания педагогов, психологов, учёных различных областей. Никто не отрицает важности системной подачи информации, которую определяют педагоги как традиционную, но в подготовке специалиста новой формации, способного решать возрастающие задачи общества и современности, признаются весьма актуальными и результативными инновационные способы презентации учебного материала. Последние приводят к тому, что обучаемые не только и не столько узнают и запоминают учебные сведения

и факты, сколько овладевают умениями сравнивать, сопоставлять, размышлять, подытоживать и по-новому подходить к решению различных задач.

Переосмысление и поиск новых решений – вот тот путь, который предстоит пройти специалисту новой формации. И именно на такой путь решения учебных и в будущем производственных проблем подталкивает инновационная методика обучения, ставшая ныне ведущей в системе образовательных технологий. Современное образование имеет много перспективных направлений, но ведущими среди них, на наш взгляд, сегодня выступают взаимосвязь, взаимобусловленность и взаимопроникновение идей информационных технологий и самых совершенных, передовых педагогических подходов. Среди педагогических и технологических инноваций особой популярностью пользуются: кейс-стадии, «мозговой штурм», инсерт-технологии, моделирование ситуации, ранжирование, групповой тренинг, ролевая игра. Именно эти инновационные методы, содержащие огромный обучающий потенциал, позволяют сочетать учебную деятельность в малых и средних группах, в парах, индивидуальную и коллективную работу, добиваясь хороших результатов. Также эффективен в обучении метод «ключевых понятий» или «предварительных терминов», при котором обучаемые делятся на несколько групп и им предлагается несколько (до 10) терминов по определённой теме. Перед группами ставится задача установления внутренней связи терминов и возможности их употребления в научном тексте. Так студенты, установив взаимосвязь понятий, обобщают информацию в виде небольшого текста, связного, научного по своему характеру, обладающего интересной информацией. Полученные тексты сравниваются с оригиналом и оцениваются за умение правильного прогнозирования, установления информационных границ, логических умозаключений и предметных связей.

Главное отличие метода «ключевые понятия» от других инноваций – это его нацеленность на формирование самостоятельности обучаемых в научном поиске. Итогом такой работы является осознанное стремление к самообразованию и саморазвитию. Успешным и максимально эффективным образовательный процесс будет только в том случае, если в ходе его реализации развиваются навыки установления предметно-логических связей, способность оценивать и ценить умение мыслить, творить. Развитие инновационных процессов в образовании не что иное, как способ повышения качества и результативности образования, его доступности, эффективности в соответствии с современными rea-

лиями. В стране большое место отводится проблеме компьютеризации. Об этом свидетельствует Постановление № 200 Кабинета Министров от 6 июня 2002 года о развитии компьютеризации и информационно-коммуникационных технологий, целевые ориентиры развития телекоммуникаций и передачи данных, организации и использования сайтов в Интернете. Сегодня невозможно представить себе без Интернета ни образования, ни иных сфер жизни. Электронные учебники, словари, справочная литература прочно вошли в быт. Оптимизации образовательного процесса способствуют компьютерные обучающие программы, электронные учебные пособия, компьютерные системы тестирования и контроля знаний, электронные энциклопедии, учебные видео- и аудиоматериалы. А это, в свою очередь, позволило качественно повысить результативность и наиболее эффективно использовать методы и инструменты обучения в соответствии с его целями, профессионализацией и спецификой конкретной аудитории.

Библиографический список

1. Каримов И. А. Без исторической памяти нет будущего. – Ташкент : Узбекистан, 1998.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРОВ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ТЕХНОЛОГИИ ДУАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Е. В. Мирошниченко

**Белгородский государственный институт искусств
и культуры, г. Белгород, Россия**

Summary. In the article presents the experience of professional training managers of socio-cultural activity terms of the profile of the university, capable to realize the professional activity, adequately time. A special attention is paid to of the dual learning system on the example of the organization of industrial practice of students. The author comes to the conclusion that the interaction of education with labor market actors is an important prerequisite of a modern model of specialist training for socio-cultural sphere.

Keywords. Socio-cultural activities; socio-cultural sphere; cultural institutions; educational process; training; manufacturing practice; dual training.

Современный период развития общества демонстрирует процесс активного развития сети субъектов социально-культурной сферы. Учреждения культуры предоставляют широкие

возможности для проведения досуга, творческого развития и самореализации личности. Появились новые субъекты культуры, определившие востребованность специалистов, обладающих как художественно-творческими способностями, так и предприимчивостью, инициативностью, инновационным креативным мышлением. Это обусловило и конкретизировало задачи профильных высших учебных заведений. Сегодня необходимо формировать у будущих специалистов целый набор специальных компетенций, которые обеспечат готовность реализовать профессиональную деятельность, адекватную времени. Модернизация высшего профессионального образования обуславливает необходимость принципиального изменения ряда традиционных подходов к системе подготовки специалистов. В связи с этим осуществляется переосмысление его целей, содержания, организации, технологий.

Следует заметить, что в системе высшего профессионального образования отчётливо проявляются две оппозиционные тенденции. Для современного специалиста социально-культурной сферы наряду с необходимостью фундаментальных и широких знаний, предполагающих активный поиск, отбор, систематизацию, освоение и целенаправленное использование самостоятельно полученной информации, актуальными остаются прикладные, узкоспециальные знания, ориентированные на выполнение конкретных профессиональных задач в условиях производства. Основная задача, которая ставится в процессе подготовки специалиста – соединить фундаментальность образования, с качественным практическим обучением, которое реализуется в условиях, максимально приближенных к конкретному производству. Решение этой задачи можно обеспечить путём активного использования технологий дуального обучения.

Дуальное обучение предполагает тесное взаимодействия образовательных учреждений и работодателей по успешной профессиональной и социальной адаптации будущего специалиста. Это совмещение теоретической и практической подготовки, при котором в рамках аудиторных занятий студент должен овладеть теоретическими основами профессиональной деятельности, а практическое обучение осуществляется непосредственно на рабочем месте. Дуальное обучение является инновационной формой организации высшего профессионального образования в сфере культуры и искусств. Она предполагает согласованное взаимодействие образовательной и творческо-производственной сфер в подготовке кадров определенного профиля. Обучение

специалиста строится на единстве трёх методологических оснований: аксиологического (паритетность гуманистических и культурных ценностей); онтологического (компетентностный подход); технологического (организация процесса развития профессиональной социально-культурной деятельности, социально-профессиональных отношений). Данные интегративные основания отражают общность целей, ценностей, содержания, деятельности, реализуемых в условиях дуальной системы профессионального обучения.

Исследованию технологии дуального обучения уделяется внимание учёных, педагогов, специалистов-практиков. В публикациях последнего времени эта технология рассматривается как успешно адаптированный к условиям рыночной экономики образовательный феномен [5; 9; 10; 12]. Однако в большинстве исследований преимущественно освещается зарубежный опыт использования технологии дуального обучения, а так же отечественная образовательная практика подготовки специалистов профессий технической направленности. Для культурологического образования подобный опыт является актуальным и представляет значительный интерес, о чём свидетельствуют выходящие в свет публикации, затрагивающие вопросы подготовки специалистов для сферы культуры с применением дуального обучением [1; 4].

Интерес к инновационной образовательной технологии обусловливается рядом её преимуществ, которые связаны с тем, что в ходе её реализации происходит удовлетворение интересов как обучающихся, так и работодателей. В ходе занятий в условиях производственно-творческой деятельности формируется высокая мотивация в получении знаний, осуществляется приобщение к профессиональному сообществу и корпоративной культуре. Рассматривая то или иное учреждение культуры как потенциальную базу будущей профессиональной деятельности, студенты более ответственно, осознанно и заинтересовано будут относиться к теоретическому обучению. Позиция пассивного потребителя учебной информации сменяется инициативной позицией специалиста на производстве, которому надо принимать решения и нести за них ответственность [5].

Работодатель в свою очередь имеет возможность оценить уровень подготовки студента для решения производственно-творческих задач, что позволит подготовить для себя кадры. Попутно для работодателя решается проблема экономии на расходах по поиску и подбору сотрудников, их переквалификации и профессиональной адаптации.

Идея дуального обучения приобретает свои реальные практические контуры. Взаимодействие образования с субъектами рынками труда – это одна из составляющих современной модели, которая востребована обществом на всех его уровнях.

В соответствии с постановлением правительства Белгородской области от 11 июля 2011 г. «О долгосрочной целевой программе «Развитие профессионального образования Белгородской области на 2011–2015 гг.». Правительство области утвердило положение № 85-ПП от 18.03.2013 г. «О порядке организации и проведения дуального обучения учащихся и студентов» [8].

Осознавая сложившуюся ситуацию в социокультурной среде Белгородской области, кафедра социально-культурной деятельности факультета социально-культурной и информационно-библиотечной деятельности (СКИБД) Белгородского государственного института искусств и культуры (БГИИК) выстраивает свою образовательную программу, учитывая требования времени. Это реализуется как в приоритетных целях обучения студентов, так и в подходах к осуществлению данных целей в деловом партнёрстве с региональными структурами, занимающимися вопросами обеспечения отрасли культуры кадрами и участвующими в инновационно-образовательной деятельности.

В рамках подготовки бакалавра по профилю «Менеджмент социально-культурной деятельности» одной из приоритетных форм дуального обучения является непрерывная производственная практика. К основным видам практики студентов, обучающихся по основной образовательной программе, относятся: учебная, производственная, преддипломная. В соответствии с ФГОС ВПО раздел основной образовательной программы «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые студентами в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся. Содержание производственной практики студентов во внешней социально-культурной среде, нацеленной на формирование профессиональных компетенций, складывается из следующих компонентов:

– первый год практического обучения предполагает ознакомление с содержанием деятельности различных социально-культурных институтов, изучение содержательных, организацион-

ных правовых и экономических основ деятельности учреждений культуры. Практика осуществляется концентрированно (отдельным блоком) и носит ознакомительный характер;

– на втором году обучения производственная практика направлена на закрепление, расширение, углубление и систематизацию знаний, полученных в условиях аудиторного и лабораторно-практического цикла. Практика реализуется на базе конкретного субъекта социально-культурной деятельности (учреждения культуры, образовательного учреждения, творческого коллектива, социально-реабилитационного центра и др.);

– третий год практики предполагает активное участие студентов в планировании социально-культурной деятельности с различными категориями населения; подготовке и реализации творческих и социально-культурных проектов; оценке их экономического эффекта. Практиканты имеют возможность участвовать в анализе деятельности учреждения культуры, вносить предложения по использованию элементов предпринимательства и коммерции и др.;

– на четвёртом году обучения реализуется преддипломная практика, которая завершает профессиональную подготовку бакалавров, является комплексной и предполагает выход на самостоятельную деятельность в сфере культуры и искусств. В рамках практики обучающиеся демонстрирует владение приобретёнными профессиональными навыками. Практиканты активно участвуют в подготовке и проведении различных социально-культурных мероприятий на уровне района, города, области на основе социальных творческих заказов, где в полной мере можно проявить уровень готовности к деятельности в сфере культуры [7].

Вышеуказанные виды практической деятельности проходят в реальных условиях творческо-производственного процесса на базе субъектов социально-культурной деятельности Белгородской области, что позволяет актуализировать региональный компонент основной образовательной программы. Процесс погружения в профессию в ходе практического обучения происходит постепенно, от выполнения простых ознакомительных задач к активному участию в творческо-производственной, научно-методической, проектной, управленческой деятельности.

Сквозная практика активизирует процесс адаптации личности в профессии, что позволяет студентам накапливать опыт в проектировании перспективных направлений развития отрасли культуры и прогнозировать успех административно-хозяйственной, финансовой деятельности. Будущим специалистам социально-

культурной сферы предоставляется хорошая возможность для освоения эффективных методов контроля качества социально-культурной деятельности.

Осваивая основную образовательную программу с использованием дуального обучения, студент постепенно проходит процесс профессиональной адаптации, постепенно входит в трудовой режим – с минимальным эмоционально-психологическим дискомфортом. Во время практики в учреждениях социально-культурной сферы происходит взаимодействие с коллективом в рамках профессионального пространства, где формируются социальная компетентность, ответственность за общий результат.

Таким образом, система подготовки специалистов для социально-культурной сферы с использованием технологии дуального обучения включает две различные учебно-производственные среды – базового предприятия сферы культуры и государственного образовательного учреждения (вуза искусств и культуры), осуществляющих совместную деятельность во имя общей цели – повышения качества профессиональной подготовки выпускника.

Главная задача, которую нужно решить в системе культурологического образования – формирование новой модели профессиональной подготовки, которая бы преодолела отставание в структуре, объёмах и качестве трудовых ресурсов от реальных требований конкретных социально-культурных институтов. Сегодня идея дуального обучения приобретает свои реальные практические очертания. Взаимодействие образования с субъектами рынка труда является одной из составляющих современной модели, которая востребована обществом, поэтому нужна поддержка программы дуального образования. Работа по её реализации должна быть продолжена в тесном сотрудничестве с работодателями и социальными партнёрами, заинтересованными в развитии дуального образования.

Библиографический список

1. Ашимова Д. А. Актуальность внедрения дуальной системы образования для творческих специальностей в Казахстане // Педагогика и психология: проблемы и решения : матер. Междунар. заоч. науч.-практ. конф. (29 апреля 2013 г.). – Новосибирск : Изд-во «СибАК», 2013. – 176 с. – С. 71–77.
2. Белецкая Е. А., Мирошниченко Е. В. Пути реализации молодёжной политики в учреждениях культуры (на примере Яковлевского района) // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2011. – Т. 27. – № 3. – С. 105–108.
3. Брылевич А., Кранц С. Дуальное обучение: опыт Германии и реалии России. Дуальная система // Управление производством. – 2008. – № 1.

4. Гененко О. Н. Профилактика наркозависимости подростков средствами коммуникативных технологий социально-культурной деятельности : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05. – Тамбов, 2008. – 150 с.
5. Еслямова А. К. Дуальная форма профессионального образования как продукт социального партнёрства. URL: <http://pto008.kokshetau.akmoedu.kz> (10.03.14).
6. Ефремова Н. В. Подготовка менеджера сферы культуры и искусств к профессиональной деятельности в условиях рыночных отношений : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08. – Белгород, 2008. – 221 с.
7. Организация профессиональной практики студентов в Белгородском государственном институте культуры и искусств : метод. рекомендации / Е. В. Шварёв, Н. В. Ефремова, Н. В. Тоголжанская, Т. Г. Аниконова; под ред. П. Е. Решетникова. – Белгород : БГИКИ, 2010. – 96 с.
8. Постановление Правительства Белгородской обл. от 18.03.2013 № 85-пш «О порядке организации дуального обучения учащихся и студентов». URL: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online> (14.03.2014).
9. Родиков А. С. Некоторые аспекты профилизации образовательных услуг дуальной системы европейского образования // Вестник Военного университета. – 2010. – № 3 (23). – С. 41–46.
10. Татур Ю. Г. Компетентность в структуре модели качества подготовки специалиста // Высшее образование сегодня. – 2004. – № 5. – С. 20–27.
11. Хуторской А. В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования // Народное образование. – 2003. – № 2.
12. Шерстнева Н. В. Дуальное обучение – перспективная система обучения в ТиПО Костанайский современный многопрофильный колледж, г. Костанай. URL: <http://pedagog.kz> (16.03.14).

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В СРЕДСТВАХ РАЗМЕЩЕНИЯ

О. С. Мысова

**Институт сферы обслуживания
и предпринимательства – филиал Донского
государственного технического университета,
г. Шахты, Ростовская область, Россия**

Summary. In article the technology of carrying out diagnostics of requirement for training and retraining of the personnel of means of placement reveals. The main directions of training of the personnel are considered. It is featured trainings, their classification which are most often used in hotel practice.

Keywords: technology of carrying out diagnostics of requirement for training of the personnel of means of placement; direction of training of the personnel; trainings; classification of trainings.

Важными элементами работы по управлению персоналом в средствах размещения являются повышение квалификации

и переподготовка кадров. Для выбора правильной стратегии этой деятельности необходима диагностика потребности в обучении и переподготовке персонала. Цели диагностики [1, с. 126]:

- прояснение целей развития организации – прояснение стратегии (т. е. зачем учиться);
- определение, каким компетенциям необходимо учиться (т. е. чему учить);
- выявление категорий сотрудников, не обладающих необходимыми компетенциями для достижения целей (т. е. кого учить);
- обнаружение проблемных зон организации (экспресс-диагностика качества управления);
- установление существующих проблем и сложностей в работе сотрудников, намеченных к обучению;
- выявление степени соответствия заявленной темы обучения реально существующей проблеме в обучении;
- определение приоритетности в обучении различных целевых групп сотрудников по результатам экспресс-диагностики;
- предоставление максимально точно разработанных программ обучения.

Для сбора информации при выявлении потребности в обучении используются следующие методы:

- интервью или индивидуальные консультационные сессии, обычно с менеджером по персоналу;
- интервью с обучающимися;
- анкета или опросник;
- анализ структуры, в частности, анализ текста должностных инструкций обучающихся;
- «полевые исследования» (непосредственно на рабочем месте).

Чтобы максимально точно определить, например, чему учить, некоторые организации внедряют у себя корпоративную модель компетенций, в которой профилирование должностей строго привязано к стратегии развития организации. То есть сначала разрабатывается стратегия, создаётся образ желаемого будущего, и лишь затем выявляются компетенции, необходимые для достижения этого будущего. Корпоративная модель компетенций меняется вместе с изменениями стратегии.

Результатами диагностики потребности в обучении могут быть:

- максимально точная разработка программ обучения;
- изменение темы обучения в соответствии с выявленной потребностью.

Одной из основных проблем организаций индустрии туризма является проблема мотивации должностного роста. Д. Миснер выделил два подхода к развитию карьеры, предполагающие создание специальных систем мотивации. При первом подходе из важности иерархических стимулов, при втором – из приоритетности профессиональных стимулов [2, с. 166].

Сравнительно большой, но не используемый в достаточной степени потенциал для мотивации работников заложен в возможности получения дополнительных знаний для работы в индустрии туризма. Это вызвано недостатком знаний применительно к данной работе, а также часто встречающимся несоответствием между представлениями о работе и самой работой. Существующие системы образования в недостаточной мере готовят специалистов для работы в индустрии туризма. Новые модели поведения вырабатываются в условиях социально-культурного разрыва между традиционным централизованным управлением и рыночной реальностью, теорией и практикой, зарубежным и отечественным опытом.

Повышение информированности сотрудников организации и их квалификации можно проводить по разным направлениям обучения [3, с. 47]:

- организация работы постоянного лектора с регулярным чтением лекций не реже одного раза в месяц для всех работников организации по актуальным проблемам деятельности;
- тематические специализированные семинары для специалистов по отдельным направлениям деятельности организации с учётом её специфики;
- курсы изучения экономических основ маркетинга для работников подразделений организации;
- курсы обучения руководителей среднего звена по вопросам менеджмента, включая основы делового общения, формирования команды, методики преподавания;
- компьютерные курсы (основы компьютерной грамотности или изучение специализированных компьютерных технологий, используемых в индустрии туризма);
- курсы иностранных языков для сотрудников, вступающих в непосредственный контакт с иностранцами;
- выездные семинары и практические занятия на базе организаций гостинично-туристского комплекса (гостиниц, туроператоров), успешно осуществляющих деятельность;

– дискуссии, встречи по обмену опытом – «мозговые атаки» для решения конкретных вопросов и работы структурного подразделения организации;

– семинары, проводимые руководителем или специалистом подразделения с целью передачи сотрудникам знаний, полученных им на выездных курсах повышения квалификации, в том числе на международных семинарах, во время зарубежных стажировок;

– практические занятия для закрепления навыков, связанных с профессиональной деятельностью, использование видеоматериалов;

– разовые лекции, семинары по изучению законодательства, новых нормативных документов с приглашением лекторов из учебных заведений или специалистов других организаций соответствующего профиля;

– стажировки в других подразделениях организации для координации работы и комплексного решения определённой проблемы.

Обучение персонала следует рассматривать как повышение управленческой компетентности, знакомство с новыми нормативными документами, решение конкретных проблем. Эффективность обучения определяется его результативностью. В настоящее время при направлении на повышение квалификации, к сожалению, не всегда учитывается статус сотрудника, что снижает эффективность обучения. Кроме того, недостаточно используются возможности повышения квалификации внутри организации. Как показывает практика обучения персонала, наибольшую эффективность в перспективе будет представлять система внутрифирменного обучения как наименее затратная и наиболее ценностная. Она придаст гибкость и более высокую эффективность подготовке персонала, обеспечит непрерывность обучения, его опережающий характер и практическую направленность. Данная форма обучения позволит увязать цели и задачи учёбы с общей стратегией организации индустрии туризма, осуществить целенаправленный контроль в процессе обучения за его результативностью, связь теории с практикой [4, с. 95].

В настоящее время в любой крупной гостиничной цепи разработаны свои образовательные программы для сотрудников, которые помогают отелям всегда соответствовать общепринятым мировым стандартам качества. Для достижения необходимого квалификационного уровня персонала администрация гостиниц проводит постоянное профессиональное обучение. Поэтому в штат отдела кадров входят специальные сотрудники

и менеджеры по обучению. Для персонала служб гостиницы разработаны программы тренингов.

Бизнес-тренинг – это короткий курс повышения квалификации (1–4 дня). Продолжительность одного учебного дня составляет, как правило, 8–10 часов. Оптимальным числом участников группы, по мнению экспертов, считается 10–12 человек. Это позволяет, с одной стороны, каждому продемонстрировать выполнение задания преподавателю, с другой – обменяться опытом, поучиться друг у друга.

Основная часть тренинга представляет собой разбор теоретического материала, который закрепляется ролевыми играми или индивидуальными упражнениями. В ходе тренинга участники имеют возможность оценить и отработать новые способы поведения, поэкспериментировать с ними. В группе создаётся творческая обстановка и доверительная атмосфера, что способствует раскрытию способностей каждого участника и более эффективному усвоению знаний, выработке навыков. Иногда для усиления результативности того или иного упражнения его снимают на видеокамеру, а потом участники вместе просматривают полученный материал, обсуждают его, определяя плюсы и минусы своей подготовки. В конце обучения проводится тестирование, которое позволяет проверить, насколько хорошо люди усвоили информацию [5, с. 53]. Проведение такого курса обучения требует определённой материально-технической базы, наличия аудиторий для разнообразных форм обучения, теле- и видеотехники, компьютерной базы.

По смысловой направленности тренинги можно классифицировать по шести группам [6, с. 174].

- 1) самоорганизация;
- 2) командная работа;
- 3) организация работы персонала;
- 4) работа с внешними организациями;
- 5) ориентация на клиента;
- 6) профессиональные навыки.

Многие руководители средств размещения понимают, что инвестиции в обучение – это залог конкурентоспособности того или иного бизнеса. Обучение собственных сотрудников обходится работодателям гораздо дешевле, чем поиск и переманивание готовых специалистов.

Однако основная часть российских гостиниц, не входящих в международные гостиничные цепи, не имеют возможности содержать в штате работников, которые будут заниматься

обучением. Это не значит, что персонал данных организаций не повышает свой профессиональный уровень, но процесс обучения не носит такого планомерного и всеобъемлющего характера, как в отелях, принадлежащих международным гостиничным цепям. Работники средств размещения туристского класса проходят повышение квалификации в организациях, которые специализируются на обучении в данной области.

Объективным результатом обучения является уменьшение конфликтных ситуаций, повышение степени удовлетворённости у гостей от обслуживания, улучшение имиджа средства размещения, увеличение уровня продаж гостиничного продукта. Происходит структурирование опыта сотрудников, повышается их мотивация к работе, улучшается эмоциональный климат в коллективе, создаётся и укрепляется корпоративная культура. В любом случае эффективность обучения определяется полученными знаниями и приобретёнными навыками, применяемыми на практике, что приводит к улучшению показателей деятельности средства размещения.

Выгоду от обучения получают и сотрудники, освоившие современные методы работы. После обучения они могут претендовать на более высокую заработную плату и должность

Библиографический список

1. Райли М. Управление персоналом в гостеприимстве : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Управление персоналом» и сервисом / пер. с англ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 191 с.
2. Чудновский А. Д., Жуков М. А. Менеджмент туризма : учеб. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 288 с.
3. Измайлова Н. Как организовать переподготовку кадров // Отель. – 2006. – № 8. – С. 46–48.
4. Кафидов В. В. Управление персоналом : учеб. пособ. для вузов. – М. : Академический проект, 2003. – 252 с.
5. Балашова Е. А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. – М. : Вершина, 2005. – 176 с.
6. Жуков А. А., Загорин Н. Д. Инновационные аспекты управленческой деятельности на предприятиях сферы туризма. – СПб., 2006. – 224 с.

План международных конференций, проводимых вузами России, Азербайджана, Армении, Белоруссии, Болгарии, Ирана, Казахстана, Польши, Узбекистана, Украины и Чехии на базе НИЦ «Социосфера» в 2014 году

Все сборники будут изданы в чешском издательстве
Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» (Прага)

1–2 июня 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция «Социально-экономические проблемы современного общества» (К-06.01.14)

3–4 июня 2014 г.

II международная научно-практическая конференция «Теоретические и прикладные вопросы специальной педагогики и психологии» (К-06.03.14)

5–6 июня 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция «Права и свободы человека: проблемы реализации, обеспечения и защиты» (К-06.05.14)

7–8 июня 2014 г.

II международная научно-практическая конференция «Социогуманитарные и медицинские аспекты развития современной семьи» (К-06.07.14)

11–12 июня 2014 г.

Международная научно-практическая конференция «Социально-политические взгляды прошлого и настоящего» (К-06.11.14)

13–14 июня 2014 г.

Международная научно-практическая конференция «Труд и человеческий капитал в современной экономике: теория и практика» (К-06.13.14)

10–11 сентября 2014 г.

V международная научно-практическая конференция «Проблемы современного образования» (К-09.10.14)

15–16 сентября 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция «Новые подходы в экономике и управлении» (К-09.15.14)

17–18 сентября 2014 г.

Международная научно-практическая конференция «Современные философские парадигмы: взаимодействие традиций и инновационные подходы» (К-09.17.14)

20–21 сентября 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция «Традиционная и современная культура: история, актуальное положение, перспективы» (К-09.20.14)

25–26 сентября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция «Проблемы становления профессионала» (К-09. 25.14)

28–29 сентября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция «Этнокультурная идентичность как стратегический ресурс самосознания общества в условиях глобализации» (К-09.28.14)

1–2 октября 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция «Иностранный язык в системе среднего и высшего образования» (К-10.01.14)

5–6 октября 2014 г.

V международная научно-практическая конференция «Семья в контексте педагогических, психологических и социологических исследований» (К-10.05.14)

10–11 октября 2014 г.

Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы связей с общественностью» (К-10.10.14)

12–13 октября 2014 г.

Международная научно-практическая конференция «Информатизация высшего образования: современное состояние и перспективы развития» (К-10.12.14)

13–14 октября 2014 г.

Международная научно-практическая конференция «Цели, задачи и ценности воспитания в современных условиях» (К-10.13.14)

15–16 октября 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция «Личность, общество, государство, право. Проблемы соотношения и взаимодействия» (К-10.15.14)

20–21 октября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция «Трансформация духовно-нравственных процессов в современном обществе» (К-10.20.14)

25–26 октября 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция «Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов» (К-10.25.14)

28–29 октября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция «Социализация и воспитание подростков и молодежи в институтах общего и профессионального образования: теория и практика, содержание и технологии» (К-10.28.14)

1–2 ноября 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция «Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия» (К-11.01.14)

3–4 ноября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция «Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования» (К-11.03.14)

5–6 ноября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы социальных исследований и социальной работы» (К-11.05.14)

10–11 ноября 2014 г.

III международная научно-практическая конференция **«Дошкольное образование в стране и мире: исторический опыт, состояние и перспективы»** (К-11.10.14)

15–16 ноября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция **«Проблемы развития личности»** (К-11.15.14)

20–21 ноября 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция **«Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования»** (К-11.20.14)

25–26 ноября 2014 г.

III международная научно-практическая конференция **«История, языки и культуры славянских народов: от истоков к будущему»** (К-11.25.14)

1–2 декабря 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция **«Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях»** (К-12.01.14)

3–4 декабря 2014 г.

Международная научно-практическая конференция **«Проблемы и перспективы развития экономики и управления»** (К-12.03.14)

5–6 декабря 2014 г.

III международная научно-практическая конференция **«Актуальные вопросы теории и практики лингвострановедческой лексикографии»** (К-12.05.14)

7–8 декабря 2014 г.

Международная научно-практическая конференция **«Безопасность человека и общества»** (К-12.07.14)

**Plan of the international conferences organized by
Universities of Russia, Armenia, Azerbaijan, Belarus,
Bulgaria, Iran, Kazakhstan, Poland, Uzbekistan,
Ukraine and Czech Republic on the basis
of the SPC «Sociosphere» in 2014**

All Conference Proceedings will be published in the Czech publishing house
Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» (Prague)

June 1–2, 2014.

III international scientific conference «**Social and economic problems of modern society**» (K-06.01.14)

June 3–4, 2014.

II international scientific conference «**Theoretical and practical questions of special pedagogics and psychology**» (K-06.03.14)

June 5–6, 2014.

IV international scientific conference «**Rights and freedoms of people: problems of realization, providing and protection**» (K-06.05.14)

June 7–8, 2014.

II international scientific conference «**Socio-humanitarian and medical aspects of development of a modern family**» (K-06.07.14)

June 11–12, 2014.

International scientific conference «**Socio-political views of the past and the present**» (K-06.11.14)

June 13–14, 2014

International scientific conference «**Labour and human capital in the modern economy: theory and practice**» (K-06.13.14)

September 10–11, 2014.

V international scientific conference «**Problems of modern education**» (K-09.10.14)

September 15–16, 2014.

IV international scientific conference «**New approaches in economy and management**» (K-09.15.14)

September 17–18, 2014

International scientific conference «**Modern philosophical paradigms: the interaction of traditions and innovative approaches**» (K-09.17.14)

September 20–21, 2014.

IV international scientific conference «**Traditional and modern culture: history, actual situation, prospects**» (K-09.20.14)

September 25–26, 2014.

II international scientific conference «**Problems of formation of a professional**» (K-09. 25.14)

September 28–29, 2014.

II international scientific conference «**Ethnocultural identity as a strategic resource of consciousness of society in the conditions of globalization**» (K-09.28.14)

October 1–2, 2014.

IV international scientific conference «**Foreign language in the system of secondary and higher education**» (K-10.01.14)

October 5–6, 2014

V international scientific conference «**Family in a context of pedagogical, psychological and sociological researches**» (K-10.05.14)

October 10-11, 2014.

International scientific conference «**Actual problems of Public Relations**» (K-10.10.14)

October 12–13, 2014.

International scientific conference «**Informatization of higher education: current situation and development prospects**» (K-10.12.14)

October 13–14, 2014.

International scientific conference «**Purposes, tasks and values of education in modern conditions**» (K-10.13.14)

October 15–16, 2014.

IV international scientific conference «**Personality, society, state, law. Problems of correlation and interaction**» (K-10.15.14)

October 20–21, 2014.

II international scientific conference «**Transformation of spiritual and moral processes in modern society**» (K-10.20.14)

October 25–26, 2014.

IV international scientific conference «**Socio-economic, sociopolitical and sociocultural development of regions**» (K-10.25.14)

October 28–29, 2014.

II international scientific conference «**Socialization and education of teenagers and youth in institutes of the general and professional education: theory and practice, contents and technologies**» (K-10.28.14)

November 1–2, 2014.

IV international scientific conference «**Religion – science – society: problems and prospects of interaction**» (K-11.01.14)

November 3–4, 2014.

II international scientific conference «**Professionalism of a teacher in the information society: formation and problems of improvement**» (K-11.03.14)

November 5–6, 2014.

II international scientific conference «**Current issues of social researches and social work**» (K-11.05.14)

November 10–11, 2014.

III international scientific conference «**Preschool education in a country and the world: historical experience, state and prospects**» (K-11.10.14)

November 15–16, 2014.

II international scientific conference «**Problems of development of a personality**» (K-11.15.14)

November 20–21, 2014.

IV international scientific conference «**Preparing a competitive specialist as a purpose of modern education**» (K-11.20.14)

November 25–26, 2014.

III international scientific conference «**History, languages and cultures of the Slavic peoples: from origins to the future**» (K-11.25.14)

December 1–2, 2014.

IV international scientific conference «**Practice of communicative behavior in social and humanitarian researches**» (K-12.01.14)

December 3–4, 2014.

II international scientific conference «**Problems and prospects of development of economy and management**» (K-12.03.14)

December 5–6, 2014.

III international scientific conference «**Current issues of the theory and practice of lingvo cross-cultural lexicography**» (K-12.05.14)

December 7–8, 2014.

International scientific conference «**Safety of a person and society**» (K-12.07.14)

ИНФОРМАЦИЯ О ЖУРНАЛАХ «СОЦИОСФЕРА» И «PARADIGMATA POZNÁNÍ»

Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера» (ISSN 2078-7081) публикует научные статьи и методические разработки занятий и дополнительных мероприятий по социально-гуманитарным дисциплинам для профессиональной и общеобразовательной школы. Тематика журнала охватывает широкий спектр проблем. Принимаются материалы по философии, социологии, истории, культурологии, искусствоведению, филологии, психологии, педагогике, праву, экономике и другим социально-гуманитарным направлениям.

Журнал приглашает к сотрудничеству российских и зарубежных авторов и принимает для опубликования материалы на русском и английском языках. Полнотекстовые версии всех номеров журнала размещаются на сайте НИЦ «Социосфера», а также на сайтах Электронной научной библиотеки и Directory of open access journals.

Содержание журнала включает следующие разделы:

- Наука.
- В помощь преподавателю.
- В помощь учителю.
- В помощь соискателю.

Периодичность выпуска – 4 раза в год (март, июнь, сентябрь, декабрь).

Статьи принимаются до 20 февраля, 20 мая, 20 августа и 20 декабря, соответственно. Оплата должна быть произведена только после принятия статьи к публикации до 1 марта, 1 июня, 1 сентября и 1 декабря, соответственно для каждого номера.

Главный редактор – Б. А. Дорошин, кандидат исторических наук, доцент.

Редакционная коллегия

Дорошина Илона Геннадьевна, кандидат психологических наук, доцент (ответственный за выпуск), **Антипов Михаил Александрович**, кандидат философских наук, доцент, **Белолипецкий Владимир Викторович**, кандидат исторических наук, доцент, **Ефимова Диана Валерьевна**, кандидат психологических наук, доцент, **Саратовцева Надежда Валентиновна**, кандидат педагогических наук, доцент.

Международный редакционный совет

Арабаджийски Николай, PhD., профессор (экономика – София, Болгария), **Берберян Ася Суреновна**, доктор психологических наук, профессор (Ереван, Армения), **Большакова Алла Юрьевна**, доктор филологических наук, (Москва, Россия), **Волков Сергей Николаевич**, доктор философских наук, профессор (Пенза, Россия), **Голандам Араш Карим**, доцент (филология – Решт, Иран), **Исламов Захиджан Махмудович**, доктор филологических наук, профессор (Ташкент, Узбекистан), **Каппарова Ева**, PhD. (социология – Прага, Чехия), **Кондрашин Виктор Викторович**, доктор исторических наук, профессор (Пенза, Россия), **Кушаев Умиджон Рахимович**, PhD. (философия – Ташкент, Узбекистан), **Минияров Валерий Максимович**, доктор педагогических наук, профессор (Самара, Россия), **Насимов Мурат Орленбаевич**, кандидат политических наук, (г. Кызылорда, Казахстан), **Сапик Мирослав**, PhD., доцент (философия – Колин, Чехия), **Танцошова Джудита**, PhD. профессор (экономика – Братислава, Словакия), **Христова Наталия Цветанова**, PhD., профессор (история – София, Болгария), **Хрусталькова Наталья Александровна**, доктор педагогических наук, профессор (Пенза, Россия), **Цибак Любош**, PhD., MBA (экономика – Братислава, Словакия).

Чешский научный журнал **Paradigmata poznání** (Парадигмы познания) (ISSN 2336-2642) публикует научные статьи, теоретические обзоры и результаты эмпирических исследований, отзывы на книги, статьи, диссертации, рецензии, отчеты о научных мероприятиях по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам. Тематика журнала охватывает широкий спектр проблем. Статьи рассматриваются редакционной коллегией и могут быть отклонены. Статьи проверяются на отсутствие плагиата.

Журнал приглашает к сотрудничеству российских и зарубежных авторов и принимает для опубликования материалы на чешском, английском и русском языках. Полнотекстовые версии всех номеров журнала размещают на сайте НИЦ «Социосфера» <http://sociosphera.com>, а также на сайте Электронной научной библиотеки по адресу <http://elibrary.ru>, что обеспечит нашим авторам возможность повесить свой индекс цитирования.

Содержание журнала включает следующие разделы:

- Теория и анализ.
- Эмпирические и прикладные исследования.
- Обзоры, рецензии и отзывы.
- Научная жизнь.

Периодичность выпуска – 4 номера в год (февраль, май, август, ноябрь).

Главный редактор – **Дорошина Илона Геннадьевна**, кандидат психологических наук, доцент, заместитель главного редактора – **Кушаев Умиджон Рахимович**, кандидат философских наук.

Международная редакционная коллегия

Абдуллаев Равшан Вахидович, доктор экономических наук, профессор (Ташкент, Узбекистан), **Бойцов Виктор**, DrSc., профессор (информационные системы – Рига, Латвия), **Бушина Филип**, PhD., MBA (экономика – Колин, Чехия), **Вернигора Александр Николаевич**, кандидат биологических наук, доцент (Пенза, Россия), **Девягых Сергей Юрьевич**, доктор психологических наук, доцент (Витебск, Беларусь), **Замаровский Петер**, RNDr. (естественные науки – Прага, Чехия), **Ивановска Божена**, PhD. (социология – Варшава, Польша), **Кашпарова Ева**, PhD. (социология – Прага, Чехия), **Крейчова Ленка**, PhD. (психология – Прага, Чехия), **Кобец Петр Николаевич**, доктор юридических наук, профессор (Москва, Россия), **Коротаяев Андрей Витальевич**, доктор исторических наук, профессор (Москва, Россия), **Кэмп Марианне**, PhD., доцент, (история – Вайоминг, США), **Лидяк Ян**, PhD., профессор (международные отношения – Колин, Чехия), **Митюков Николай Витальевич**, доктор технических наук, профессор (Ижевск, Россия), **Сапик Мирослав**, PhD., доцент (философия – Колин, Чехия), **Сигмунд Томаш**, PhD. (философия – Прага, Чехия), **Сзуше Мария**, PhD. (история – Иври-сюр-Сен, Франция), **Танцошова Джудита**, PhD., профессор (экономика – Братислава, Словакия), **Хаджкова Ванда**, DrPaed., доцент (педагогика – Прага, Чехия), **Хайруллина Нурсафа Гафуровна**, доктор социологических наук, профессор (Тюмень, Россия).

Требования к оформлению материалов, отправляемых в журналы «Социосфера» и «Paradigmata poznání»

Материалы представляются в электронном виде на e-mail sociosphere@yandex.ru. Каждая статья должна иметь УДК (см. www.vak-journal.ru/spravochnikudc/; www.jssc.ru/informat/grnti/index.shtml). Формат страницы А4 (210×297 мм). Поля: верхнее, нижнее и правое – 2 см, левое – 3 см; интервал полуторный; отступ – 1,25; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman, стиль – Обычный. Название печатается прописными буквами, шрифт жирный, выравнивание по центру. На второй строчке печатаются инициалы и фамилия автора(ов), выравнивание по центру. На третьей строчке – полное название организации, город, страна, выравнивание по центру. В статьях методического характера следует указать дисциплину и специальность учащихся, для которых эти материалы разработаны. После пропущенной строки печатается название на английском языке. На следующей строке фамилия авторов на английском. Далее название организации, город и страна на английском языке. После пропущенной строки следует аннотация (3–4 предложения) и ключевые слова на английском языке. После пропущенной строки печатается текст статьи. Графики, рисунки, таблицы вставляются, как внедренный объект должны входить в общий объем тезисов. Номера библиографических ссылок в тексте даются в квадратных скобках, а их список – в конце текста со сплошной нумерацией. Ссылки расставляются вручную. Объем представляемого к публикации материала (сообщения, статьи) может составлять 4–25 страниц. Заявка располагается после текста статьи и не учитывается при подсчете объема публикации.

Имя файла, отправляемого по e-mail,
для журнала «Социосфера»

соответствует фамилии и инициалам первого автора, например: **Петров ИВ** или **German P**. Оплаченная квитанция присылается в отсканированном виде и должна называться, соответственно **Петров ИВ квитанция** или **German P receipt**.

для журнала «Paradigmata poznání»

файл со статьей – **PP-Петров ИВ** или **PP-German P**, квитанция – **PP-Петров ИВ квитанция** или **PP-German P receipt**.

Материалы должны быть подготовлены в текстовом редакторе Microsoft Word, тщательно выверены и отредактированы.

Стоимость публикации в журналах составляет **200** рублей за 1 страницу («Социосфера») или **250** рублей за 1 страницу

(«Paradigmata poznání»). Выпущенная в свет статья предусматривает выдачу одного авторского экземпляра. Дополнительные экземпляры (в случае соавторства) могут быть выкуплены в необходимом количестве из расчета 200 руб. («Социосфера») или 250 рублей («Paradigmata poznání») за один экземпляр.

INFORMATION ABOUT THE JOURNALS «SOCIOSPHERE» AND «PARADIGMATA POZNÁNÍ»

Methodological and theoretical journal «Sociosphere» publishes scientific articles and methodological books for lessons and complementary activities at social-humanitarian disciplines for professional and comprehensive schools. Themes of journal cover a wide range of problems. Materials about philosophy, sociology, history, culturology, study of art, philology, psychology, pedagogy, law, economics and other social-humanitarian areas are accepted.

The journal invites to cooperation Russian and foreign authors and accepts materials in Russian and English languages for publication. Full-text versions of all issues of journal will be placed on the website of Scientific Publishing Center «Sociosphere» <http://sociosphera.com> and on the website of Electronic research library at <http://elibrary.ru> and also on the website of Directory of open access journals at <http://www.doaj.org>.

The content of journal has following parts:

- Science.
- In help to professors.
- In help to teachers.
- In help to doctoral candidates.

Periodicity of journal – 4 issues in a year (March, June, September, December).

The articles are accepted before the 20th February, 20th May, 20th August and 20th November, respectively. The payment is made only after receiving the notification about the acceptance of article for publishing before 1st March, 1st June, 1st September and 1st December, respectively for each issue.

Editor-in-chief – Boris Doroshin, candidate of historical sciences, assistant professor.

Editorial board

Ilona G. Doroshina, candidate of psychological sciences, assistant professor (responsible for release), **Michail A. Antipov**, candidate of philosophical sciences, assistant professor, **Vladimar V. Belolipeckiy**, candidate of historical sciences, assistant professor,

Diana V. Efimova, candidate of psychological sciences, assistant professor, **Nadezhda V. Saratovceva**, candidate of pedagogical sciences, assistant professor.

The international editorial council

Nikolay Arabadzhiski, Ph.D, professor (Economics – Sofia, Bulgaria), **Alla Yu. Bolshakova**, doctor of philological sciences, professor (Moscow, Russia), **Asya S. Berberyan**, doctor of psychological sciences, professor (Erevan, Armenia), **Sergey N. Volkov**, doctor of philosophical sciences, professor (Penza, Russia), **Arash K. Golandam**, assistant professor (Philology – Rasht, Iran), **Zahidzhan M. Islamov**, doctor of philological sciences, professor (Tashkent, Uzbekistan), **Eva Kashparova**, Ph.D. (Sociology – Prague, Czech Republic), **Natalia. Ts. Khristova**, Ph.D, professor (History – Sofia, Bulgaria), **Viktor V. Kondrashin**, doctor of historical sciences, professor (Penza, Russia), **Umadjon R. Kushaev**, Ph.D. (Philosophy – Tashkent, Uzbekistan), **Valeriy M. Miniyarov**, doctor of pedagogical sciences, professor (Samara, Russia), **Murat O. Nasimov**, candidate of political sciences (Kyzylorda, Kazakhstan), **Miroslav Sapik**, Ph.D, assistant professor (Philosophy – Kolin, Czech Republic), **Judita Tancoshova**, Ph.D, professor (Economics – Bratislava, Slovakia), **Natalia A. Hrustalkova**, doctor of pedagogical sciences, professor (Penza, Russia), **Lubosh Cibak**, Ph.D, MBA (Economics – Bratislava, Slovakia).

Science journal «**Paradigmata poznání**» (ISSN 2336-2642) publishes research papers, theoretical surveys and results of empirical studies, reviews for books, articles, dissertations, reviews, reports about scientific events at social-humanitarian, technical and natural-scientific disciplines. Themes of journal cover a wide range of problems. Articles are considered by the editorial board and may be rejected. Articles are checked for plagiarism.

The journal invites to cooperation Russian and foreign authors and accepts materials in Russian and English languages for publication. Full-text versions of all issues of journal will be placed on the website of Scientific Publishing Center «Sociosphere» <http://sociosphera.com> and on the website of Electronic research library at <http://elibrary.ru>, it will give our authors the opportunity to raise their index of quotation. The index of quotation is accepted in scientific world measure of paper «significance» of some scientist. The size of index is defined by the quantity of links on

this paper (or surname) in other sources. In world practice the index of quotation is not only advisable, but it's the necessary criteria to evaluate the professional level of professors and teaching personnel.

The content of journal has following parts:

- Theory and analyses.
- Empirical and applied studies.
- Surveys, reviews and comments.
- Science life.

Periodicity of journal – 4 issues in a year (February, May, August, November).

Editor-in-Chief – Ilona G. Doroshina, candidate of psychological sciences, assistant professor. **Deputy Editor-in-Chief – Umidjon R. Kushaev**, Ph.D. (philosophy).

International editorial board

Ravshan V. Abdullayev, doctor of economic sciences, professor (Tashkent, Uzbekistan), **Victor Boicov**, DrSc., professor (Information Systems – Riga, Latvia), **Phillip Bushina**, Ph.D., MBA (Economics – Colin, Czech Republic), **Aleksandr N. Vernigora**, candidate of biological sciences, assistant professor (Penza, Russia), **Sergey Yu. Devyatych**, doctor of psychological sciences, assistant professor (Vitebsk, Belarus), **Bozhena Ivanovska**, Ph.D. (Sociology – Warsaw, Poland), **Vanda Hajkova**, DrPaed., associate professor (Education – Prague, Czech Republic), **Eva Kashparova**, Ph.D. (Sociology – Prague, Czech Republic), **Nursafa G. Khayrulina**, doctor of sociological sciences, professor (Tyumen, Russia), **Lenka Krejцова**, Ph.D. (Psychology – Prague, Czech Republic), **Petr N. Kobets**, doctor of law, professor (Moscow, Russia), **Andrey V. Korotayev**, doctor of history, professor (Moscow, Russia), **Marianne Kamp**, Ph.D, associate professor (History – Wyoming, USA), **Jan Lidiyak**, Ph.D. professor (Political science – Colin, Czech Republic), **Nikolay V. Mityukov**, doctor of technical sciences, professor (Izhevsk, Russia), **Miroslav Sapik**, Ph.D. associate professor (Philosophy – Kolin, Czech Republic), **Tomash Sigmund**, Ph.D. (Philosophy – Prague, Czech Republic), **Mariya Szuppe**, Ph.D. (History – Ivry-sur-Seine, France), **Judita Tancoshova**, Ph.D, professor (Economics – Bratislava, Slovakia), **Peter Zamarovsky**, RNDr. (Nature Sciences – Prague, Czech Republic).

Guidelines for publications sent to the journals «Sociosphere» and «Paradigmata poznání»

Articles are to be sent in electronic format to e-mail: sociosphere@yandex.ru or sociosfera@seznam.cz. Each article should have a UDC. Page format: A4 (210×297 mm). Margins: top, bottom, right – 2 cm, left – 3 cm. The text should be typed in 14 point font Times New Roman, 1.5 spaced, indented line – 1.25, Normal style. The title is typed in bold capital letters; central alignment. The second line comprises the initials and the family name of the author(s); central alignment. The third line comprises the name of the organization, city, country; central alignment. The methodical articles should indicate discipline and specialization of students for which these materials are developed. After a blank line the name of the article in English is printed. On the next line the name of the authors in English is printed. Next line name of the work place, city and country in English. After one line space comes the abstract in English (3–4 sentences) and a list of keywords in English. The text itself is typed after one line space. Graphs, figures, charts are included in the body of the article and count in its total volume. References should be given in square brackets. Bibliography comes after the text as a numbered list, in alphabetical order, one item per number. References should be inserted manually. Footnotes are not acceptable. The size of the article is 4–25 pages. The registration form is placed after the text of the article and is not included in its total volume.

The name of the file

for the journal «Sociosphere» – family name and initials of the first author, for example: **German P**. The payment confirmation should be scanned and e-mailed, it should be entitled, for example **German P receipt**.

for the journal «Paradigmata poznání» – *the file with an article* – **PP-German P**, the payment confirmation – **PP-German P receipt**.

Materials should be prepared in Microsoft Word, thoroughly proof-read and edited.

The publication fee is 4.5 € per page («Sociosphere») or 5.5 € per page («Paradigmata poznání»). Participants will receive one copy of the journal per article. In case of co-authorship, additional copies can be bought for 4.5 € per copy («Sociosphere») or 5.5 € per copy («Paradigmata poznání»).

**Образец оформления статьи для журналов
«Социосфера» и «Paradigmata poznání»**

**Sample of articles for journals «Sociosphere»
and «Paradigmata poznání»**

КУЛЬТУРА Г. СЕМИРЕЧЕНСКА В XIX ВЕКЕ

**И. И. Иванов, кандидат исторических наук, доцент,
В. В. Петров, аспирант
Семиреченский институт экономики и права, г. Семиреченск,
N-ский край, Россия**

CULTURE IN SEMIRECHENSK IN THE XIX CENTURY

**I. I. Ivanov, candidate of historical sciences, associate professor,
V. V. Petrov, graduate student
Semirechensk Institute of Economics and Law, Semirechensk,
N-sk region, Russia**

Summary. This article observes the periodicals of Semirechensk as written historical sources for its socio-economical history. Complex of publications in these periodicals are systematized depending on the latitude coverage and depth of analysis is described in these problems.

Keywords: local history; socio-economic history; periodicals.

Некоторые аспекты социально-экономического развития г. Семиреченска в XVIII–XIX вв. получили достаточно широкое освещение в местных периодических изданиях. В связи с этим представляется актуальным произвести обобщение и систематизацию всех сохранившихся в них публикаций по данной проблематике. Неко-

торую часть из них включил в источниковую базу своего исследования Г. В. Нефедов [2, с. 7–8]. ...

Библиографический список

1. Богданов К. Ф. Из архивной старины. Материалы для истории местного края // Семиреченские ведомости. – 1911. – № 95.
2. Нефедов Г. В. Город-крепость Семиреченск. – М. : Издательство «Наука», 1979.
3. Рубанов А. Л. Очерки по истории Семиреченского края // История г. Семиреченска. URL: <http://semirechensk-history.ru/ocherki> (дата обращения: 20.04.2011).
4. Семенихин Р. С. Семиреченск // Города России. Словарь-справочник. В 3-х т. / гл. ред. Т. П. Петров – СПб. : Новая энциклопедия, 1991. – Т. 3. – С. 67–68.
5. Johnson P. Local history in the Russian Empire, the post-reform period. – New York : H-Studies, 2001. – 230 p.

Сведения об авторе

Фамилия

Имя

Отчество

Ученая степень, специальность

Ученое звание

Место работы

Должность

Домашний адрес

Домашний или сотовый телефон

E-mail

Научные интересы

Согласен с публикацией статьи на сайте до выхода журнала из печати? **Да/нет** (оставить нужное)

ИЗДАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ НИЦ «СОЦИОСФЕРА» – VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFĚRA-CZ»

Научно-издательский центр «Социосфера» приглашает к сотрудничеству всех желающих подготовить и издать книги и брошюры любого вида:

- ✓ учебные пособия,
- ✓ авторефераты,
- ✓ диссертации,
- ✓ монографии,
- ✓ книги стихов и прозы и др.

Книги могут быть изданы в Чехии.

(в выходных данных издания будет значиться –

Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»)

или в России

(в выходных данных издания будет значиться –

Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»)

Мы осуществляем следующие виды работ.

- редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок) – 50 рублей за 1 страницу *;
- изготовление оригинал-макета – 30 рублей за 1 страницу;
- дизайн обложки – 500 рублей;
- печать тиража в типографии – по договоренности;
- данные виды работ могут быть осуществлены как отдельно, так и комплексно.

Полный пакет услуг «Премиум» включает:

- редактирование и корректуру текста,
- изготовление оригинал-макета,
- дизайн обложки,
- печать мягкой цветной обложки,
- печать тиража в типографии,
- присвоение ISBN,
- обязательная отсылка 5 экземпляров в ведущие библиотеки Чехии или 16 экземпляров в Российскую книжную палату,
- отсылка книг автору по почте.

Тираж	Цена в рублях за количество страниц				
	50 стр.	100 стр.	150 стр.	200 стр.	250 стр.
50 экз.	7900	12000	15800	19800	24000
100 экз.	10800	15700	20300	25200	30000
150 экз.	14000	20300	25800	32300	38200
200 экз.	17200	25000	31600	39500	46400

* Формат страницы А4 (210×297 мм). Поля: левое – 3 см; остальные – 2 см; интервал 1,5; отступ 1,25; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman.

Тираж включает экземпляры, подлежащие обязательной отсылке в ведущие библиотеки Чехии (5 штук) или в Российскую книжную палату (16 штук).

Другие варианты будут рассмотрены в индивидуальном порядке.

PUBLISHING SERVICES
OF THE SCIENCE PUBLISHING CENTRE «SOCIOSPHERE» –
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»

The science publishing centre «Sociosphere» offers co-operation to everybody in preparing and publishing books and brochures of any kind:

- ✓ training manuals,
- ✓ autoabstracts,
- ✓ dissertations,
- ✓ monographs,
- ✓ books of poetry and prose, etc.

Books may be published in the Czech Republic.
 (in the output of the publication will be registered)

Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»
 or in Russia

(in the output of the publication will be registered)

Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»

We carry out the following activities.

- editing and proofreading of the Russian text (correct spelling, punctuation and stylistic errors) – 1,1 € per 1 page*;
- making an artwork – 0,7 € per 1 page;
- cover design – 11,1 €;
- print circulation in typography is by arrangement;
- these types of work can be carried out individually or in a complex.

«Premium» package includes:

- editing and proofreading of the text,
- production of an artwork,
- cover design,
- printing coloured flexicover,
- printing copies in printing office,
- ISBN assignment,
- delivery of required copies to the Russian Central Institute of Bibliography or leading libraries of the Czech Republic,
- sending books to the author in Russia by the post.

Quantity	Price in € for the number of pages				
	50 pages	100 pages	150 pages	200 pages	250 pages
50 copies	176	267	351	440	533
100 copies	240	349	451	560	667
150 copies	311	451	573	718	849
200 copies	382	556	702	878	1031

* Page size A4 (210 x 297 mm). Margins: left-3 cm, the others – 2 cm; 1.5 spacing; indentation 1.25; size (font size)-14; type-Times New Roman.

Circulation includes copies, which are obligatory delivered to the leading libraries of the Czech Republic (5 items) or to Russian Central Institute of Bibliography (16 items).

Other options will be considered on an individual basis.

Science Publishing Center «Sociosphere-CZ»
Belgorod State Institute of Arts and Culture
Dniester State Institute of Education Development
Transnistria State University named after T. G. Shevchenko
Tashkent Islamic University

**Activity of welfare institutes in a modern sociocultural situation:
theory and practice problems**

Materials of the II international scientific conference
on April 22–23, 2014

Editor – V. A. Doroshina
Corrector – J. V. Kuznetsova
The original layout – G. A. Kulakova
Cover design – Yu. N. Bannikova

Signed in print 27.05.2014. 60×84/16 format.
Writing white paper. Publisher's sheets 8,43.
100 copies.

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», s.r.o.:
U dálnice 815/6, 155 00, Praha 5 – Stodůlky, Česká republika.
Tel. +420608343967,
web site: <http://sociosfera.com>,
e-mail: sociosfera@seznam.cz